

El uso de medios sociales como fuente de información en periodismo internacional.

Cadenas globales de televisión en la cobertura de conflictos protagonizados por movimientos sociales (2011 – 2017).

Martin Elena Muiña

---

TESIS DOCTORAL UPF / AÑO 2018

DIRECTOR DE LA TESIS

Dr. Christopher D. Tulloch

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN





A Marina y Lucia



## **Agradecimientos**

Gracias a todos los profesores que me han enseñado a crecer, desde la escuela primaria hasta ayer. Desde l'Escola Llebetx, hasta la Universitat Pompeu Fabra, pasando por el Institut Joan Ramón Benaprés y la Universitat de Barcelona, donde he tenido la suerte de coincidir con docentes como Xavier Planas, Pilar Nasarre, Pep Mercader, Ana Valero, Andreu Mayayo, Julio Miñambres, Agustí Colomines, Antoni Segura, Yolanda Tortajada, Antoni Mercader, Antonio Bartolomé, Xavier Ruiz Collantes, Pilar Medina o Carles Pont, entre muchos.

En el ámbito académico gracias al Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, que en el curso 2013-14 me concedió una beca de asistente de docencia que me permitió dedicarme a tiempo completo al Máster en Comunicación Social, del cual surgió un trabajo final de máster que se convirtió en el embrión de esta tesis doctoral. Por el tiempo dedicado a este proyecto, al tribunal de máster y de tesis, al evaluador externo y a la Comisión Académica de Doctorado. Mención especial para las publicaciones que se han hecho eco de mis trabajos, a sus editores y revisores.

Por supuesto, un agradecimiento especial a mi tutor Christopher Tulloch, con quien ha sido un placer trabajar bajo su asesoramiento y consejo, y quien ha sido imprescindible para la materialización del presente trabajo.

En el terreno personal quiero agradecer la amistad y compañerismo a todos los alumnos de máster y doctorado, Nona, Judit, Marina, Rafa, Marc, Salvador, Laura, Ivan, Orlando, Alexander, Pablo y Andrea.

Finalmente a mi familia, a mis padres y en especial a Arantxa, Lucía, Marina y Telma.



## Resumen

La presente tesis tiene como objetivo investigar el uso de los medios sociales cuando son utilizados como fuente de información en tres de las principales cadenas de televisión de noticias globales, como son BBC World News, CNN y Al Jazeera English. Nos centramos en cómo estas cadenas realizan la cobertura de conflictos protagonizados por movimientos sociales, dado que los medios sociales son habituales en la comunicación de dichos movimientos. Analizamos tres de los conflictos más destacados de los últimos años como son la Primavera Árabe en Egipto (2011), la revuelta de Maidan en Ucrania (2013) y las protestas contra Maduro en Venezuela (2017). Previamente se ha analizado la presencia de medios sociales como fuente en la cobertura de TV3 en Egipto como test metodológico. Combinaremos el análisis de contenido y la entrevista semiestructurada a los periodistas como técnicas de investigación cualitativas.

## Palabras clave

Fuentes de información, medios sociales, Al Jazeera English, BBC World News, CNN, TV3.

## Resum

Aquesta tesi té com a objectiu analitzar l'ús dels *social media* quan aquests son utilitzats com a font d'informació per tres de les principals cadenes de televisió de notícies globals com son la BBC World News, CNN i Al Jazeera English. Ens centrem en com aquestes cadenes realitzen la cobertura de conflictes protagonitzats per moviments socials, ja que aquests moviments utilitzen habitualment els *social media* en la seva comunicació. Analitzem tres dels conflictes més destacats dels últims anys com son la Primavera Àrab a Egipte (2011), la revolta de Maidan a Ucraïna (2013) i les protestes contra Maduro a Veneçuela (2017). Prèviament s'ha analitzat la presència de *social media* com a font d'informació a la cobertura de TV3 a Egipte com a test metodològic. Combinarem l'anàlisi de contingut i l'entrevista semiestructurada a periodistes com a tècniques de recerca qualitatives.

## **Paraules clau**

Fonts d'informació, mitjans socials, Al Jazeera English, BBC World News, CNN, TV3.

## **Abstract**

The objective of this thesis is to investigate the use of social media when they are used as a source of information in three of the main global news television channels, such as the BBC World News, CNN and Al Jazeera English. We focus on how these broadcasters perform the coverage of conflicts carried out by social movements, given that social media are common in the communication of these movements. We analyze three of the most outstanding conflicts of recent years such as the Arab Spring in Egypt (2011), the Maidan revolt in Ukraine (2013) and the protests against Maduro in Venezuela (2017). Previously, the presence of social media has been analyzed as a source in TV3 coverage in Egypt as a methodological test. In order to do this we combine content analysis and semi-structured interviews with journalists as qualitative research techniques.

## **Keywords**

Information Sources, Social Media, Al Jazeera English, BBC World News, CNN, TV3.



## **Normativa para la presentación de Tesis por compendio de publicaciones**

Acuerdo de la Comisión del Programa Oficial de Postgrado del Departamento de Comunicación de 7 de julio del 2010, modificada por la Comisión Académica de Doctorado, de 11 de julio de 2017 y aprobada por la Comisión Académica de Doctorado de 24 de octubre de 2017.

La Universidad Pompeu Fabra, en su Normativa académica sobre los estudios de doctorado (acuerdo del Consejo de Gobierno de 2 de mayo de 2007, modificado por acuerdo del Consejo de Gobierno de 6 de octubre de 2008), indica, sobre las tesis por compendio de publicaciones, lo siguiente:

Artículo 10. Apartado 7.1: La tesis doctoral debe consistir en un trabajo original de investigación en una de las líneas de investigación del doctorado. La tesis doctoral también puede consistir en un conjunto de artículos que, con la autorización del director de tesis, han sido publicados recientemente o se encuentran en proceso de publicación. En este último caso, la tesis doctoral debe incluir una memoria en la que se presente la tesis defendida, con un capítulo introductorio y unas conclusiones finales. Los artículos que integren una tesis no podrán ser incluidos como parte de otra.

### **Modalidad A**

Esta modalidad requiere un conjunto de tres artículos publicados (o aceptados para su publicación) en revistas que formen parte de alguno de los repertorios aceptados por las agencias de evaluación, en especial algunas de las siguientes: CARHUS Plus+ 2014, ERIH PLUS, RESH, FECYT, MIAR, Web of Science o Scopus.

Otros requerimientos de esta modalidad:

Al menos dos de los artículos deberán haber sido publicados (o haber sido aceptados) en una revista indexada o bien en Scopus o bien en la colección principal de Web of Science. En todos los artículos el doctorando debe ser el primer firmante. Al menos uno de los artículos debe haber sido publicado en lengua inglesa.

## Modalidad B

Esta modalidad requiere un conjunto de cuatro ítems, de los que como mínimo dos artículos deben haber sido publicados (o aceptados para su publicación) en revistas que formen parte de alguno de los repertorios aceptados por las agencias de evaluación, en especial algunas de las siguientes: CARHUS Plus+ 2014, ERIH PLUS, RESH, FECYT, MIAR, Web of Science o Scopus.

Otros requerimientos de esta modalidad:

Al menos uno de los artículos debe haber sido publicado (o haber sido aceptado) en revistas indexadas o bien en Scopus, excepto 4t. cuartil, o bien en la colección principal de Web of Science. En todos los ítems el doctorando debe ser el primer firmante y al menos uno de los artículos debe haber sido publicado en lengua inglesa.

Los otros dos ítems en esta modalidad pueden ser o capítulos de libro publicados por editoriales de carácter académico, o comunicaciones presentadas en congresos internacionales de carácter académico, siempre que la comunicación haya sido aceptada para ser publicada como parte de las actas del congreso o en una revista indexada asociada al congreso, o artículos publicados en revistas indexadas que formen parte de alguno de los repertorios señalados en el primer párrafo.

## Requerimientos generales

Todos los ítems deben haber sido publicados (o aceptados para su publicación) en fecha posterior a la inscripción en el programa de doctorado. Los ítems que integran una tesis no pueden incluirse como parte de ningún otro. En ambas modalidades, los coautores no doctores deben firmar un compromiso de renuncia a utilizarlos en otras tesis.

## Memoria

La memoria donde se presenta la investigación y donde se explica la coherencia investigadora de la misma, debe contar con una extensión mínima de 20.000 palabras (sin contar el anexo) y debe contemplar al menos estos apartados: Marco teórico / Objetivos / Preguntas de investigación / Metodología / Resultados / Conclusiones.

Se deben aportar los datos referenciales completos de cada ítem, incluyendo el número de ISSN (caso de artículos) o de ISBN (caso de libros). Los ítems (artículos, capítulos, comunicaciones) que forman parte de la investigación se deben incorporar. Si no es posible adjuntar el documento completo publicado, se debe incorporar la primera página y la carta o correo de aceptación de la publicación o editorial correspondiente, además de aportar el documento original (o *preprint*) completo.

## Disposición final

Esta normativa entra en vigor a partir de su aprobación y sustituye las anteriores. Los alumnos de los cursos de Doctorado anteriores a 2017-2018 se podrán mantener en la anterior normativa o se podrán acoger a esta.



## Estructura de la tesis

La presente tesis doctoral se estructura de acuerdo a la modalidad B de la normativa para la presentación de Tesis por compendio de publicaciones aprobada por la Comisión Académica de Doctorado el 24 de octubre de 2017. En consecuencia se trata de una tesis compuesta por una memoria inicial en la que encontramos objetivos, preguntas de investigación, marco teórico, metodología, resultados y finalmente, conclusiones. Junto a la memoria encontraremos un anexo con cuatro publicaciones académicas, cumpliendo con los requisitos establecidos para el depósito de tesis doctoral por compendio de publicaciones. En el desarrollo de cada capítulo de la memoria el lector verá indicado qué publicaciones están relacionadas con el respectivo capítulo.

Las publicaciones presentes en la tesis son las siguientes:

1. Elena, M. y Gómez Nadal, M. (2016). Social media as a source of information for correspondents: Approach to the state of the art. *Comunicació. Revista de recerca i d'anàlisi* 33(1), 119- 137.

Artículo publicado como primer firmante en la revista *Comunicació, Revista de recerca i d'anàlisi*, indexada en CARHUS Plus+, RESH, FECYT y MIAR. En este primer artículo se aborda el estado de la cuestión del tema de tesis y es fruto de la comunicación homónima presentada en el Congreso *Shaping The Future Of News Media, The International Conference on Integrated Journalism Education, Research and Innovation* (Barcelona, 2015).

2. Elena, M. (2016). Framing international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi . *Communication & Society* 29(3), 119-131.

Artículo publicado como primer firmante, en inglés, en la revista *Communication & Society*, indexada en RESH, FECYT, MIAR y en el segundo cuartil de Scopus (Q2). Este segundo artículo profundiza sobre la cobertura de la CNN y Al Jazeera English en un conflicto protagonizado por movimientos sociales como el de

Egipto. Tanto las cadenas como el conflicto analizado forman parte de nuestro objeto de estudio.

3. Elena, M. y Tulloch, C.D. (2017). Social Media as News Source in International Conflicts. Journalistic practice in Catalan Television bulletins during the Arab Spring in Egypt. *Hipertext.net* 15, 46-56.

Artículo publicado como primer firmante en la revista *Hipertext.net*, indexada en CARHUS Plus+ 2014, ERIH PLUS, RESH, FECYT y MIAR. El tercer artículo es un test metodológico para comprobar la eficacia de las técnicas de investigación elegidas, el análisis de contenido y la entrevista semiestructurada. Para ello centramos el estudio en una cadena de televisión geográficamente cercana y accesible como es TV3, de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA).

4. Elena, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. Al-Jazeera English, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. *Trípodos* 43.

Artículo publicado como primer firmante en la revista *Trípodos*, indexada en Scopus, CARHUS+ 2014, ERIH PLUS y MIAR. Este cuarto artículo contiene la parte central de la tesis, con la metodología aplicada a las tres cadenas de nuestro objeto de estudio, en tres conflictos diferentes protagonizados por movimientos sociales.

Esta tipología de tesis doctoral pretende dotar al trabajo del autor de mecanismos de calidad científica antes del depósito y defensa de la tesis, por lo que se incluyen en ella publicaciones académicas en revistas pertenecientes a los repositorios aceptados por las agencias de evaluación. Es decir, revistas académicas indexadas en bases de datos, cuyo proceso de selección de artículos aceptados para publicar se realiza mediante revisión por pares (o *peer review*).

De este modo se potencia la difusión científica de la investigación del doctorando durante el proceso de creación de la misma, permitiendo así que las publicaciones sean lo más actuales posible y no queden desfasadas en el tiempo. Por otra parte, la evaluación por pares durante la investigación, y no a posteriori, permite al doctorando ir recibiendo comentarios, correcciones y respuestas a su trabajo, además de los recibidos por el tutor, que le permiten ir mejorando la tesis antes de su depósito.





## Prólogo

Parte de mi carrera profesional la he desarrollado como operador de cámara para informativos de televisión, desde medios locales hasta internacionales, pasando por autonómicos y nacionales. En cada conexión en directo el periodista esperaba la entrada en antena con el apoyo de tres elementos indispensables: la libreta con sus notas, el auricular para comunicarse con el plató y su móvil personal. Este último ha pasado a tener un papel protagonista en la actualidad, ya que gracias al móvil el reportero puede estar informado de los últimos acontecimientos sobre la noticia de la cual nos habla. Su móvil es la garantía de que su información no está desfasada.



*Figura 1. Operador de cámara para el Especial Elecciones Generales 2016 de La Sexta el 26/06/2016 (Fuente: Martin Elena)*

¿Y qué consulta el periodista de un modo casi obsesivo en su móvil 30 segundos antes de entrar en directo? ¿Qué información tan valiosa tiene ese dispositivo en su pantalla? Básicamente el móvil mantiene al periodista en contacto con sus fuentes en tiempo real. Ya sea vía WhatsApp o Twitter, la información se va actualizando segundo a segundo, con lo que el *stand-up* o la entrevista preparada hace un minuto puede ser modificada por culpa (o gracias) a un *tweet* consultado hace 30 segundos. De esta experiencia profesional podemos deducir entonces que Twitter en particular, o los medios sociales en general, son de gran utilidad como fuente de información para periodistas.

Como operador de *ENG (Electronic News Gathering)*, mi labor se desarrolla en las calles, nunca en plató, y la búsqueda y contacto con las fuentes se convierte en la principal ocupación de la jornada laboral. En este contexto empiezo a observar un cierto duelo entre dos tipos de fuentes de información: por un lado las fuentes tradicionales buscadas por el periodista, y por otro lado aquellas fuentes digitales encontradas en su móvil, en sus redes sociales.

A partir de entonces, vista la omnipresencia de los medios sociales en las rutinas del periodista, se plantea la siguiente pregunta: ¿han provocado los medios sociales un cambio en el modo de trabajar de los periodistas en cuanto a fuentes de información se refiere?

Esta preocupación inicial es el punto de partida que motiva la realización de la presente tesis doctoral. Paralelamente, el contexto político, social y mediático de los últimos años ha contribuido a acentuar la presencia de medios sociales en la actualidad informativa. Movimientos sociales como el 15M, el proceso independentista en Cataluña o las manifestaciones del movimiento Okupa ante los desalojos, han producido una cantidad de información en medios sociales inabarcables para el periodista.

Es en este contexto que se replantea la pregunta anterior incorporando el factor movimientos sociales: ¿qué papel juegan en la rutina del periodista los medios sociales como fuente de información cuando tratan sobre movimientos sociales y conflictos?

Encontramos un ejemplo interesante durante la cobertura del referéndum del 1 de Octubre en Cataluña. Vimos a lo largo del día una gran cantidad de *tweets* y videos en YouTube y WhatsApp sobre presencia policial y cargas en los colegios electorales. En unas ocasiones eran rumores y en otras su procedencia hacía desconfiar al periodista sobre su veracidad, por lo que su uso como fuente no siempre era percibido como una ventaja, sino que se presentaba también como un posible problema.



Figura 2: operador de cámara para el Especial 1-O de A3 Noticias el 01/10/17 (antena3.com, 2017).

Fruto de la experiencia profesional va tomando forma el planteamiento de la tesis centrada en la presencia de medios sociales como fuente de información en noticias relacionadas con movimientos sociales.

Llegados a este punto, ante la proliferación de conflictos internacionales protagonizados por movimientos sociales, con las Primaveras Árabes como caso paradigmático, decidimos añadirle un nuevo enfoque a la investigación centrandolo nuestro estudio en el campo del periodismo internacional.

La existencia de conflictos protagonizados por movimientos sociales alrededor del planeta y el uso de estos movimientos de los *social media* como herramienta comunicativa, abre una nueva perspectiva de investigación en el contexto internacional. Si los medios sociales son accesibles desde cualquier rincón del globo ¿es necesario desplazar periodistas para cubrir conflictos con presencia de medios sociales? ¿O se pueden cubrir sin salir de la redacción consultando el *timeline* de Twitter? Sin duda el periodista debe salir a buscar la información allá donde sucede.

En la era de la información, el *big data*, la infoxicación, los medios sociales y las *fake news*, el periodismo parece estar en crisis y se debate sobre su utilidad. La capacidad de producir y difundir información se ha democratizado alcanzando a cualquier ciudadano

mediáticamente alfabetizado con conexión a Internet, sin necesidad de tener conocimientos ni formación como periodista. El flujo de información ha pasado de ser de *one to many* a *many to many*.

En este contexto de pérdida del monopolio de la información por parte de los medios tradicionales la figura del periodista emerge como imprescindible. En tiempos de sobreexposición informativa él es el experto navegador, dada su formación y experiencia, capacitado para seleccionar, contrastar e interpretar el hecho noticiable ante la abundancia informativa, la propaganda y las noticias falsas que nos rodean. Y en su figura recae la responsabilidad de la buena praxis para conservar el prestigio que se le supone como profesional de la información.

La presente investigación pretende abordar cómo afronta el periodismo la consolidación de los medios sociales. Para ello investigamos el uso de medios sociales como fuente de información en el contexto de conflictos internacionales protagonizados por movimientos sociales. Ante el protagonismo y omnipresencia de plataformas como Facebook, Twitter o YouTube, entre otras, con miles de millones de usuarios registrados, creciendo día a día, nos preguntamos de qué modo afectan estos nuevos medios a las rutinas profesionales del periodista en cuanto a fuentes de información se refiere.

# Índice

	Pág.
Agradecimientos.....	v
Resumen.....	vii
Normativa.....	ix
Estructura de la tesis.....	xiii
Prólogo.....	xvii
Índice.....	xxi
Lista de figuras.....	xxiii
Lista de tablas.....	xxiv
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Presentación investigación.....	1
1.2. Objetivos.....	6
1.3. Preguntas de investigación.....	7
2. OBJETO DE ESTUDIO.....	9
2.1. Fuentes de información.....	9
2.2. Información internacional.....	15
2.3. Movimientos Sociales.....	19
a) Egipto 2011.....	21
b) Ucrania 2013.....	25
c) Venezuela 2017.....	28
2.4. La televisión.....	31
a) Al Jazeera English.....	33
b) BBC World News.....	37
c) CNN International.....	39
d) TV3.....	42
3. MARCO TEÓRICO.....	45
4. MARCO METODOLÓGICO.....	59
4.1. Metodología en investigaciones previas.....	59
4.2. Triangulación metodológica.....	61
a) Análisis de contenido.....	62
b) Entrevista semiestructurada.....	66
c) Framing.....	69
4.3. Marco temporal.....	72

5. RESULTADOS.....	75
5.1. Artículo 1.....	75
5.2. Artículo 2.....	76
5.3. Artículo 3.....	77
5.4. Artículo 4.....	79
6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	83
7. ANEXO.....	91
7.1. Publicación 1.....	91
7.2. Publicación 2.....	113
7.3. Publicación 3.....	127
7.4. Publicación 4.....	141
7.5. Cuestionario entrevistas.....	169
a) Cuestionario periodista.....	169
b) Cuestionario sección Internacional.....	170
Bibliografía.....	171

## Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Operador de cámara para La Sexta – 26J.....	xvii
Figura 2. Operador de cámara para Antena3 – 1O.....	xix
Figura 3. Esquema elementos de la tesis doctoral.....	5
Figura 4. Ejemplo de <i>metasourcing</i> .....	14
Figura 5. Movimientos sociales analizados.....	21
Figura 6. <i>Tweet</i> de Fawaz Rashed.....	24
Figura 7. Post de Mustafa Nayyem.....	27
Figura 8. Portada de El País.....	29
Figura 9. Consumo de noticias.....	32
Figura 10. Bin Laden en Al Jazeera.....	35
Figura 11. Archivo de noticias web.....	63
Figura 12. Clasificación fuentes TV3.....	77
Figura 13. Clasificación fuentes AJE, BBC y CNN.....	80
Figura 14. Información procedente de medios sociales.....	81
Figura 15. <i>Tweet</i> de cuenta oficial verificada.....	87
Figura 16. Multipantalla en directo de la CNN.....	89

## Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Cadenas de televisión analizadas.....	33
Tabla 2. Clasificación de fuentes.....	65



# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Presentación Investigación

El periodismo como profesión ha sabido adaptarse a los cambios tecnológicos a lo largo de su historia. Un claro ejemplo fueron los nuevos medios popularizados durante el siglo XX, como la radio o la televisión, que propiciaron el paso del periodismo escrito a nuevos lenguajes audiovisuales (Guillamet, 2003). También nuevas herramientas de trabajo, como el fax, el teléfono o las conexiones satelitales, afectaron a las rutinas de trabajo del periodista modificando su capacidad de acceso a la información. La utilidad de estas herramientas se puso de manifiesto sobretodo para la cobertura informativa internacional y el desarrollo de las telecomunicaciones favoreció el trabajo periodístico lejos de las redacciones centrales (Tulloch, 2004). Inicialmente estos cambios fueron adoptados con cautelas y cierto escepticismo para finalmente acabar consolidándose como imprescindibles dentro del ámbito de la comunicación.

En la actualidad nos encontramos inmersos en la denominada Era de la Información (Castells, 1999) y los nuevos avances tecnológicos producidos por el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) siguen transformando el campo de la información. Del mismo modo que anteriores evoluciones tecnológicas produjeron cambios significativos en el pasado, las nuevas tecnologías, basadas en la digitalización de la información y el acceso a ella vía Internet, se han ido aceptando con las mismas cautelas y escepticismo, para finalmente acabar consolidándose.

En la presente investigación nos planteamos como objetivo analizar la influencia que está teniendo para el mundo del periodismo uno de los desarrollos tecnológicos mas relevantes de la última década. Nos centramos en la relación existente entre periodismo y las redes sociales – Facebook, Twitter o YouTube, entre otras – a las que aquí nos referiremos como medios sociales, traducción más acorde a su nombre original en inglés *social media*.

¿Cómo han afectado los medios sociales al mundo de la información y cómo se relacionan los medios tradicionales con ellas? Tras más de una década desde su aparición, los medios sociales siguen expandiéndose. Han experimentado un crecimiento sostenido del número de usuarios y la presencia de estos medios ha ido tomando protagonismo, estando presente en el día a día tanto del ciudadano de a pié como del profesional de la información. En una Sociedad Red (Castells, 2005) continuamente conectada, la interacción con los medios sociales se ha convertido en una realidad, aún mas evidente desde que la conectividad ha pasado del ordenador personal al teléfono móvil. Por ello nos planteamos el siguiente problema de investigación: ¿qué presencia tienen los nuevos medios sociales en las rutinas profesionales del periodista?

Esta pregunta ha sido abordada desde multitud de perspectivas en la investigación en comunicación. Por un lado encontramos análisis de los perfiles personales del periodista en medios sociales para difundir información (Cozma y Chen, 2013; Hermida, Lewis y Zamith, 2014; Lichterman, 2015; Lotan et al., 2011; The New York Times, 2017; Verweij y van Noort, 2014). Otra tendencia investiga sobre la relación entre medios tradicionales y los *social media* analizando cómo incorporan la participación de la audiencia a su programación o cómo los medios crean sus propios perfiles en los medios sociales (Bruno, 2011; Diakopoulos, De Choudhury y Naaman, 2012; Heinrich, 2012; Linares, 2017; Meraz, 2009; Newman, 2009; Vinader y De la Cuadra, 2012).

En la presente investigación analizamos la relación entre los medios sociales y los medios tradicionales desde un enfoque diferente, centramos esta relación en la producción de la noticia (*newsmaking*), es decir, nos preguntamos si los medios sociales son utilizados por parte del periodista como fuente de información. Dentro de los estudios sobre medios sociales como fuente de información hay una tendencia predominante que se centra en casos de emergencia, crisis o catástrofe, poniendo en valor la inmediatez de medios sociales y afrontando la problemática de la veracidad ante la posible generación de noticias falsas o alarmismo (Belair-Gagnon, 2015; Bruno, 2011; Noguera y Correyero, 2008; Pont-Sorribes, Suau-Gomila y Percastre-Mendizábal, 2017; Schwarz, Seeger y Auer, 2016; Westerman, Spence y Van Der Heide, 2014).

En nuestro caso nos adentramos en un nuevo campo donde los medios sociales como fuente de información han desarrollado un papel destacado. Analizaremos la presencia de estos medios como fuente en noticias sobre conflictos protagonizados por movimientos sociales, dado que estos movimientos han hecho de los medios sociales un elemento indispensable en su comunicación. Por ello es interesante abordar qué papel juegan estos medios en momentos de alto flujo informativo como son los conflictos.

Esta tesis se enmarca temporalmente en un punto de inflexión en la comunicación del activismo político, concretamente desde la consolidación de los medios sociales como herramienta comunicativa. Aunque las principales plataformas de medios sociales empiezan a aparecer a partir del 2004, y son aprovechadas por el activismo social desde sus inicios, es desde el 2010 cuando estas plataformas consiguen un poder de difusión global aprovechado por los principales movimientos sociales alrededor del planeta. En esta etapa, por ejemplo, destacan movimientos como los indignados del 15-M en España (Fernández-Planells, 2015a; Linares, 2017) o *Occupy Wall Street* en Estados Unidos, durante el 2011 (Giraldo, 2015).

Sin duda el movimiento social de mayor repercusión internacional en relación a los medios sociales fueron las denominadas Primaveras Árabes, también bautizadas como “*the Twitter Revolution*” o “*the Facebook Revolution*” (Cottle, 2011; El Gody, 2014; Lotan et al., 2011). Dada su abundancia los medios sociales fueron aprovechados por los medios de comunicación tradicionales que cubrían las protestas como fuente de información tal y como sostiene Miladi:

*“Mobile phones, blogs, YouTube, Facebook pages and Twitter feeds became instrumental in mediating the live coverage of protests, and speeches, as well as police brutality in dispersing demonstrations. The Internet in this case has assumed the role of a very effective uncensored news agency from which every broadcaster and news corporation has been able to freely source newfeeds, raw from the scene”* (Miladi, 2011: 114).

A partir de la Primavera Árabe egipcia veremos en nuestro estudio si el uso de medios sociales como parte del engranaje comunicativo de los activistas se incorpora en la producción de noticias que cubren sus movilizaciones. Proseguiremos con la cobertura de la revuelta del Euromaidan, en Ucrania, durante el 2013, para finalizar con las protestas callejeras contra Nicolás Maduro en la Venezuela del 2017. De este modo obtendremos datos a lo largo de siete años de movimientos sociales, con los cuales podremos constatar, no sólo la presencia de medios sociales como fuente de información en un momento concreto, sino que veremos si ha existido una evolución, estancamiento o decrecimiento en su uso por parte de los medios.

Por último remarcar el carácter internacional de la presente tesis. Existe un debate abierto sobre la repercusión de los medios sociales en el periodismo internacional, dada la cobertura informativa en tiempo real que proporcionan los medios sociales desde cualquier punto del planeta. Abordamos si la capacidad de informar de un *tweet* afecta al modo de informar de la sección internacional de los medios tradicionales.

Una vez situados en la esfera internacional, los medios elegidos para analizar la presencia de medios sociales como fuente de información son tres de las principales cadenas de televisión de información internacional como son Al Jazeera English (AJE), Cable News Network (CNN) y British Broadcasting Corporation (BBC). Antes del propio análisis de fuentes de información hemos realizado un test metodológico en la cadena pública catalana TV3 (Elena y Tulloch, 2017) y también hemos investigado el posicionamiento de las cadenas internacionales frente a los movimientos sociales (Elena, 2016).

En resumen, si sintetizamos la producción de la noticia en cuatro etapas (selección del hecho noticiable, búsqueda de fuentes de información, redacción y emisión), los movimientos sociales serían el hecho noticiable y los medios sociales una nueva fuente de información a tener en cuenta. Tras la redacción de la noticia acudiremos a las piezas editadas con el objetivo de monitorizar la presencia de estas nuevas fuentes. Cabe destacar entonces, que nuestro objeto de estudio no son los movimientos sociales, ni los medios sociales, sino detectar si las rutinas profesionales de los

periodistas han cambiado desde la irrupción de los medios sociales. Para ello analizaremos las fuentes de información utilizadas en la elaboración de noticias relacionadas con conflictos protagonizados por movimientos sociales, prestando especial atención a la presencia de *social media*, herramienta habitual en la comunicación de dichos movimientos.



Figura 3: Esquema elementos de la tesis doctoral (elaboración propia)

## 1.2. Objetivos

La presente tesis tiene como objetivo principal investigar sobre el uso de los *social media* cuando son utilizados como fuente de información en la producción informativa de las cadenas internacionales de televisión BBC World News, CNN Internacional y Al Jazeera English, en los conflictos de Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017, todos ellos protagonizados por movimientos sociales.

Dentro de los medios sociales identificados como fuente de información, veremos qué papel desarrollan como tal, qué información aportan y quién aporta dicha información.

Como objetivo secundario abordaremos si en el contexto actual de cambio de rutinas periodísticas, la irrupción de los medios sociales como fuente afecta a la organización de la sección internacional de las cadenas analizadas. Es decir, si su existencia condiciona la presencia de periodistas sobre el terreno.

Lo que esperamos es obtener una foto del momento que vive el periodismo actual respecto a las fuentes de información en general y a los medios sociales como fuente en particular. En un contexto de sobreexposición a los medios sociales y de interacciones constantes entre periodismo y medios sociales, pretendemos obtener unos resultados que reflejen la relación entre medios sociales como fuente e información internacional en el periodo 2011 – 2017, un periodo especialmente agitado en cuanto a movimientos sociales se refiere.

### 1.3. Preguntas de investigación

La presente investigación tiene un carácter marcadamente inductivo, es por ello que no se plantean hipótesis, sino preguntas de investigación.

De la relación entre la noticia emitida y sus fuentes de información y para dar respuesta a los objetivos de nuestra investigación, nos planteamos las siguientes preguntas de investigación:

- **PI1:** ¿Qué fuentes de información se utilizan en las noticias internacionales protagonizadas por movimientos sociales?

Aquí identificaremos todas las fuentes de información citadas en las noticias analizadas, prestando especial atención a aquellas fuentes procedentes de los *social media*. Para ello nos ayudaremos de la clasificación de fuentes realizada para esta investigación a partir de estudios previos (Elena y Tulloch, 2017; Kristensen y Mortensen, 2013; Tulloch, 2004; Van Leuven et al., 2013). En esta pregunta entran en juego algunas variables como puede ser el factor moda o novedad de los medios sociales al escogerlos como fuente de información, o el “síndrome de fuentes oficiales” (Smyth, 1993; Tulloch, 2004), por ejemplo, en caso de no usar medios sociales como fuente. Otro aspecto a tener en cuenta en el uso de fuentes es el contexto político y social. Puede existir censura en las fuentes oficiales, o situaciones de conflicto, como sucede en el caso de Egipto, que pueden llegar a alterar los flujos habituales de información entre fuente y periodista, cambiando los tradicionales criterios de selección de sus fuentes, como pueden ser la adecuación, productividad, fiabilidad, veracidad, autoridad o elocuencia (Gans, 1979). Por último, la elección de una fuente en un determinado momento puede obedecer simplemente a los objetivos del periodista, que puede optar por fuentes oficiales o fuentes no oficiales, procedentes de los *social media*, según las necesidades de cada pieza informativa.

Una vez identificadas las diferentes fuentes de información gracias a un análisis de contenido de tipo cuantitativo, se nos plantea la segunda pregunta de investigación, a la que daremos respuesta

mediante una interpretación cualitativa de los datos obtenidos en el análisis de contenido Es la que nos conduce al objetivo principal de nuestra investigación:

- **PI2:** ¿Qué presencia tienen las fuentes de información procedentes de medios sociales en la producción de la noticia televisiva internacional y qué información proporcionan?

En la relación que se establece entre fuentes y periodista, analizaremos el posicionamiento del profesional ante el peso que pueden tener estas nuevas fuentes de información. Sabremos si este tipo de fuentes aportan valor añadido a las rutinas del corresponsal, si le ayudan a mejorar su *modus operandi*, o por el contrario son entendidas como un competidor en su profesión. En este sentido prestaremos atención a la citación de fuentes, ya que cuando una fuente se cita se está legitimando su valor. Una vez identificadas las fuentes procedentes de medios sociales evaluaremos qué características coincidentes se presentan en su uso, qué información proporcionan y cuál es su origen.

Por último abordamos la relación entre medios sociales como fuente de información y el despliegue de periodistas sobre el terreno:

- **PI3:** ¿Existe relación entre el uso de medios sociales como fuente de información y la presencia de periodistas desplazados sobre el terreno?

Evaluaremos la presencia o ausencia del denominado “*Twitter effect*” (Bruno, 2011), que implica prescindir de periodistas desplazados o sobre el terreno, dado que la redacción puede recopilar información a través de medios sociales que proporcionan información desde el lugar de los hechos, sin necesidad de invertir en desplazar periodistas. Es decir, si el uso incrementado de fuentes procedentes de medios sociales contribuye a una tendencia de retirada de presencia física en el lugar de los hechos, fomentando el sedentarismo del periodista (Tulloch, 2004).



## 2. OBJETO DE ESTUDIO

### 2.1. Fuentes de Información

El objeto de estudio de la presente investigación son las rutinas periodísticas en la construcción de la noticia, pero no las analizamos de un modo aislado, lo hacemos teniendo en cuenta las relaciones que se establecen con sus fuentes, prestando especial atención a los *social media* como fuente. Analizaremos en qué medida las fuentes utilizadas están representadas en sus noticias, investigando sobre su *modus operandi* dentro de la empresa para la que trabaja.

La noticia como objeto de estudio de la presente tesis, se enmarca en la investigación sobre periodismo dentro del paradigma del *newsmaking*. Para construir noticias necesitamos hechos noticiables o acontecimientos periodísticos, los cuales los identificaremos siempre que cumplan esencialmente tres elementos: variación, capacidad de comunicar el hecho e implicación de los sujetos (Rodrigo, 1989).

Una vez identificados los hechos noticiables, se construye la noticia, de la que analizaremos en concreto su proceso de producción, para centrarnos en un elemento imprescindible como son las fuentes de información. Si la base de la información es la noticia, la base de la noticia son sus fuentes. Según Rodrigo, la construcción de la realidad periodística se basa en las fuentes de información:

“El tema de las fuentes es una parte importante en el proceso productivo de la noticia y en el estudio de la profesionalidad periodística. El nexo entre acontecimiento-fuente-noticia es central en la construcción de la realidad periodística” (Rodrigo, 1989: 113).

Vista la relevancia de las fuentes, Gans (1979) define los criterios para aceptar una fuente como válida teniendo en cuenta:

- Adecuación
- Productividad
- Fiabilidad
- Veracidad

- Autoridad
- Elocuencia

De este modo se delimita que no cualquier fuente de información es apropiada para informar, y que no todas las fuentes son igual de valiosas en función de los criterios que cumplan, estableciendo una disposición jerárquica entre fuentes (Tuchman, 1978).

Ante la variedad de fuentes Hector Borrat estableció una clasificación de fuentes, diferenciando entre (Borrat, 1989):

- Exclusivas o compartidas por el medio
- No organizadas o organizadas, como agencias
- Primarias, como testigos y participantes de la noticia o secundarias
- Buscadas, donde le periodista desarrolla un rol activo o recibidas donde el periodista es pasivo
- Gubernamentales o no gubernamentales

Son numerosas las definiciones sobre fuentes de información. En este caso, teniendo en cuenta los criterios de Gans, la jerarquía de Tuchman y la clasificación de Borrat, entendemos fuente de información a partir de Myriam Redondo, quien incorpora internet y fuentes digitales, dando así cabida a los medios sociales. Redondo define fuente como:

“Los individuos, entidades, documentos o archivos (estos últimos entendidos en la más amplia variedad de formatos posibles) que aportan pistas o materia prima para la elaboración de una noticia, que permiten la verificación y contraste de una noticia o que aportan noticias ya elaboradas a partir de las cuales es posible realizar un mero proceso de lectura – en el caso de los usuarios – o un proceso de reelaboración informativa – en el caso de los periodistas” (Redondo, 2005: 200).

Es a partir de 2004 que en el campo de las fuentes de información entra un nuevo actor. Con la creación de Facebook, Blogger, Twitter y YouTube, entre otras plataformas, las redes sociales que usan tecnología Web 2.0 popularizan la creación de contenidos. Nacen los medios sociales o *social media* definidos como:

*“a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content”* (Kaplan y Haenlein, 2010: 61).

En este sentido es interesante abordar el debate existente sobre si los medios sociales son una fuente de información per se, si Facebook es una fuente o la fuente es el usuario de Facebook que publica una entrada. En la presente investigación englobamos la información procedente de medios sociales como fuente, por lo que entendemos que los medios sociales sí son una fuente de información, ya que uno de los objetivos de la misma es valorar su presencia en las noticias analizadas.

Al englobar a los medios sociales como fuente de información no nos referimos al posicionamiento, generalmente inexistente, de las distintas plataformas respecto a un determinado caso o conflicto, lo que vendría a ser el equivalente a la línea editorial de un medio tradicional. Entendemos como fuente todos los documentos o archivos publicados por los usuarios de las respectivas plataformas. De esta forma se podría deducir entonces que la fuente es el usuario y no la plataforma, pero creemos fundamental entender que el canal por el cual se accede a una fuente condiciona y forma parte de la misma fuente. Es decir, no es lo mismo usar como fuente un *tweet* de un activista que entrevistar al mismo activista.

Desde la aparición de los medios sociales cada vez es más común que un periodista cite a un *blogger*, un *tweet* de un político o un vídeo denuncia de YouTube, entre sus fuentes de información. Este nuevo escenario afecta a las rutinas profesionales del periodista. Inicialmente estos cambios de roles y rutinas pueden suscitar resistencias, pero no son resistencias a modificar el trabajo diario o a actualizarse tecnológicamente, básicamente se trata de una resistencia en aceptar un cambio de rol en el periodista como profesional de la información.

La figura del periodista se redefine asumiendo el rol cada vez más importante de filtro o *gatekeeper* ante la abundancia de las nuevas fuentes (Bruns, 2005; Pavlik, 2005). Ryfe define estos cambios como ontológicos, basados en la evolución de rutinas que sufre el periodista, quien se ha formado en su oficio tras años de experiencia

y en el actual escenario esta experiencia ha perdido valor y se siente perdido ante los cambios estratégicos que le vienen impuestos (Ryfe, 2013).

A los nuevos roles asumidos se le añade una problemática estrechamente ligada a los medios sociales como fuente de información: la legitimación o deslegitimación de este tipo de fuentes (Agudiez, Príncipe y Real, 2007; Macià Barber, 2007). En definitiva al periodista se le abre un universo de fuentes de información inabarcable, dónde el problema no será su obtención, sino su selección, credibilidad, verificación o capacidad de ser contrastadas (Franklin y Carlson, 2010).

Debido a la gran accesibilidad que presentan las nuevas fuentes de información digitales, algunos autores destacan su fácil manipulación incluso aplicando protocolos de verificación. Bowman y Willis advertían en 2003 de algunos peligros presentes en la información *online*:

*“anyone that has participated in online communities knows that not all participants play fairly. People will abuse these forms by performing pranks, manipulating the rules, spreading false information and rumors, engaging in flaming — indeed, just about any mischief imaginable — and the results can be serious”* (Bowman y Willis, 2003: 41).

En el actual contexto de verificación, credibilidad, *fake news* y *fact check*, encontramos un tipo de fuentes de información procedentes de medios sociales que sí han sido ampliamente aceptadas por los medios como fuentes de calidad. Se trata de aquellas fuentes cuyo origen procede de fuentes de información tradicionalmente consideradas oficiales.

Estas fuentes oficiales, como instituciones, políticos, agencias o medios de comunicación, otorgan credibilidad a los medios sociales cuando crean sus propios perfiles en las redes digitales para diferenciarse de las fuentes no oficiales procedentes de perfiles sin prestigio reconocido. Vinader y De la Cuadra proponen una diferenciación con el concepto Redes 2.O (letra O de oficial) versus las redes 2.0 que serian las alimentadas por fuentes no oficiales

(Vinader y De la Cuadra, 2012).

Los ejemplos más claros de Redes 2.0 son los perfiles en medios sociales de instituciones, personajes públicos, medios de comunicación, agencias, y también los apartados habilitados por los propios medios en sus portales web para facilitar la entrega de contenidos generados por usuarios. Como apunta Murillo: “no hay periódico tradicional que en su edición digital no haya abierto una sección dedicada a la participación ciudadana” (Murillo, 2009). Un ejemplo destacado es el portal *iReport* de la CNN, abierto en 2006 (Newman, 2009).

*“CNN iReport is your invitation to share the stories that matter to you with CNN. Here are some of the projects we're working on. If your story doesn't fit a topic on this list, you can post it on Facebook, Instagram or Twitter with the hashtag #CNNiReport”* (CNN.com, 2018).

Las agencias de noticias fueron escépticas ante este fenómeno, pero finalmente se han sumado a la nueva tendencia buscando transparencia. Es el caso de Reuters, la agencia internacional de noticias, que en 2007 abrió una ventana especial a la participación ciudadana en todo el mundo bajo el título de *You Witness News* (Vidal Coy, 2011). Estos apartados de colaboración entre medios y ciudadanos son una llamada de los medios tradicionales a captar los contenidos generados por usuarios y en ocasiones son definidos como periodismo *crowdsourcing* (Howe, 2006).

El periodismo *crowdsourcing* no consiste en ciudadanos que producen noticias sin la presencia de editores y comunicadores profesionales (Maciá Barber, 2007), sino que su intención es la colaboración de ciudadanos en la creación de información periodística por parte de profesionales. A este proceso de colaboración informativa, donde los profesionales de la información legitiman a las fuentes no oficiales procedentes de medios sociales, Kristensen y Mortesen lo denominan *metasourcing*:

*“...a sourcing pattern, whereby elite sources are included in the news coverage to comment on, validate and grant legitimacy to non elite, amateur sources as a form of explicit source criticism”* (Kristensen y Mortensen, 2013: 353).



Figura 4: ejemplo de metasourcing en la CNN. Fuente procedente de Instagram validada por la Agencia Reuters (CNN.com, 2017)

Así como las fuentes amateurs no están obligadas a compartir la ética periodística ni siempre conocen las reglas de la profesión, sí suelen tener acceso directo a la información. De este modo las fuentes profesionales pasan a ejercer un nuevo rol validando y legitimando la información producida por las fuentes no profesionales.

La legitimación de una fuente procedente de medios sociales la otorga la citación. La obra de Franklin y Carlson *Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives* (Franklin y Carlson, 2010), también desarrolla los conceptos de verificación y credibilidad relacionándolos directamente con la práctica de citar a las fuentes. La citación o la omisión de citar medios sociales toma protagonismo ya que la citación está relacionada con la legitimidad que le da el periodista a la fuente que está citando.

*“The latter occurs on three levels: being present in news texts highlights the legitimacy of the quoted source, tying assertions to identifiable sources signals the credibility of the news item, and having access to sources underscores the authority of the individual reporter and her news outlet”* (Franklin y Carlson, 2010: 4).

En el anexo de la presente tesis podemos encontrar los siguientes artículos publicados: un estado de la cuestión sobre fuentes de información y corresponsales, y dos investigaciones sobre el uso de fuentes de información en conflictos internacionales (*ver anexo págs. 91,127 y 141*):

Elena, M. y Gómez Nadal, M. (2016). Social media as a **source of information** for correspondents: Approach to the state of the art. *Comunicació. Revista de recerca i d'anàlisi*. 33(1), 119- 137.

Elena, M. y Tulloch, C.D. (2017). Los *social media* como **fuelle de información** en la cobertura de conflictos internacionales. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la Televisión de Cataluña en la Primavera Árabe egipcia. *Hipertext.net* 15, 46-56.

Elena, M. (2018). Los medios sociales como **fuelle de información** en conflictos internacionales. Al Jazeera, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. *Tripodos* 43.

## 2.2. Información Internacional

Dentro del amplio abanico de noticias proporcionadas por los medios de comunicación, en la búsqueda de medios sociales como fuente de información, nos centraremos en noticias de carácter internacional. Seleccionaremos hechos noticiables que cumplen con los elementos que le otorgan valor periodístico dentro de la corriente del *news value research*, es decir, que lo convierten en una noticia internacional. Según los parámetros clásicos de Galtung y Ruge (1965), los factores necesarios para que un hecho sea noticiable, son:

- Frecuencia
- Umbral
- No ambigüedad

- Significación
- Consonancia
- Imprevisibilidad
- Continuidad
- Composición
- Elitismo
- Personificación
- Negatividad

Estos factores han sido revisados, como es el caso de Golan, quien completa una nueva clasificación de factores, incluyendo variables geográficas, de afinidad cultural y jerarquía de naciones, tras realizar un estado de la cuestión de investigaciones que analizan la cobertura internacional de noticias (Golan, 2010).

La selección de noticias internacionales, obedece a la relación que se establece entre periodismo internacional y medios sociales, sobre todo cuando estos últimos son utilizados como fuente de información. Las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), han supuesto una cierta revolución en el modo de trabajar de las secciones de información internacional y sus corresponsales en el extranjero. Como todo cambio importante ha suscitado debate, con defensores y detractores, para finalmente ser aceptados como una herramienta de trabajo más. La adopción de estas nuevas tecnologías ha llegado a sugerir que los corresponsales no serían necesarios, ya que la información es instantánea y accesible desde cualquier rincón del mundo gracias a los medios sociales.

El *network journalism* analiza como la relación entre tecnologías y corresponsal afecta tanto a sus rutinas de trabajo como a la organización profesional de corresponsalías y secciones de información internacional. En los últimos años hemos visto como el modelo de corresponsal del s. XX, asociado a una cadena y a un país, ha evolucionado. Hoy en día, su trabajo no tiene como audiencia su cadena y su país de origen únicamente y sus contenidos son susceptibles de llegar a una audiencia global (Livingston y Asmolov, 2010). De la tipología de periodistas de información internacional establecida por Tulloch en su obra *Corresponsales en el extranjero: mito y realidad* (2004), vemos



cómo la figura del corresponsal fijo y de agencia ha ido perdiendo peso frente a los enviados especiales, los *freelances* y los *stringers* o periodistas locales que trabajan para medios internacionales.

Esta deriva hacia la inestabilidad profesional, muchas veces justificada por motivos económicos de la empresa empleadora por encima del rigor periodístico, tiene una influencia directa en la relación entre periodista y fuentes de información. Un corresponsal fijo al haberse establecido en su zona de cobertura, ha tenido tiempo de tejer su red de fuentes y contactos. Esta red será más extensa cuanto mayor sea su grado de experiencia en la zona, por lo que el tiempo que lleve un corresponsal fijo destinado en una zona será una variable a tener en cuenta positivamente. La necesidad de crear cuanto antes este tejido queda remarcada por Borrat cuando indica que, independientemente del grado de control que ejerce el medio sobre los corresponsales, "a todos les exige que, apenas instalados, dispongan de sus propias fuentes de información" (1989: 66).

El corresponsal fijo es un periodista dotado de más recursos que el resto de informadores internacionales descritos en la anterior tipología, como por ejemplo el enviado especial. El hecho de permanecer un tiempo prolongado en su zona de cobertura le da cierta ventaja frente a aquellos enviados especiales o *paracaidistas* que aterrizan en un destino para cubrir una noticia de máxima actualidad. Los conocimientos sobre el terreno, la posible adquisición lingüística, un mayor grado de especialización y su tejido de fuentes lo hacen menos dependiente de las fuentes de accesibilidad universal a la hora de informar, como por ejemplo agencias de noticias o *social media*. Así pues, el corresponsal fijo dispone de un uso de fuentes con un grado de mayor independencia.

Con contadas excepciones como pueden ser los casos de Roma (por la cobertura del Vaticano) o Bruselas (Unión Europea), la figura del corresponsal fijo no la encontramos adscrita únicamente a la cobertura informativa de un país desde su capital. Por norma general encontramos que las cadenas mantienen corresponsales fijos de una determinada zona geográfica. Es decir, corresponsales que cubren determinadas zonas con características geopolíticas, idiomáticas y culturales comunes como puede ser el caso de la corresponsalía de América Latina.

Otro ejemplo de corresponsal de zona es Oriente Medio, con sede en Jerusalén, Tel Aviv o Beirut, pero con cobertura no sólo en Israel o Líbano, sino que dada la conflictividad de la zona, el corresponsal de Oriente Medio trabaja en Siria, Palestina, Egipto o Jordania, entre otros países de la zona, como hemos podido observar con el corresponsal de TV3, Albert Elfa, en el artículo incluido en la presente tesis: “Los social media como fuente de información en la cobertura de conflictos internacionales. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la Televisión de Cataluña en la Primavera Árabe egipcia” (Elena y Tulloch, 2017).

La demarcación de zonas de cobertura o *hubs* informativos más que de países, se ha producido por la dificultad y el coste económico que le supone a la cadena el mantener a corresponsales fijos en varios países. A la reducción del gasto en recursos humanos hay que sumarle los avances en las tecnologías de la comunicación, que facilitan que el corresponsal pueda desarrollar su trabajo con un equipo móvil reducido, fácil de transportar.

Dados los cambios sufridos por las secciones internacionales y la figura del corresponsal en el extranjero, en nuestro estudio le hemos dedicado una atención especial al periodismo internacional que ha quedado plasmada en diferentes publicaciones, adjuntas en el anexo de la presente tesis. Primero mediante un estado de la cuestión académico sobre el corresponsal y sus fuentes, en segundo lugar un análisis de *framing* de medios internacionales, para finalizar con dos estudios sobre la presencia o ausencia de periodistas sobre el terreno en la cobertura de conflictos protagonizados por movimientos sociales (*ver anexo págs. 91, 113, 127 y 141*):

Elena, M. y Gómez Nadal, M. (2016). Social media as a source of information for **correspondents**: Approach to the state of the art. *Comunicació. Revista de recerca i d'anàlisi*. 33 (1), 119- 137.

Elena, M. (2016). Framing **international media** in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi . *Communication & Society* 29(3), 119-131.

Elena, M. y Tulloch, C.D. (2017). Los *social media* como fuente de información en la cobertura de **conflictos internacionales**. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la Televisión de Cataluña en la Primavera Árabe egipcia. *Hipertext.net* 15, 46-56.

Elena, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en **conflictos internacionales**. Al Jazeera, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. *Trípodos* 43.

### 2.3. Movimientos Sociales

En nuestro caso, para abordar la presencia de medios sociales como fuente en noticias internacionales, hemos seleccionado aquellas informaciones referentes a conflictos protagonizados por movimientos sociales, ya que las estrategias de comunicación del activismo político incorporan a los medios sociales como herramientas comunicativas en el desarrollo de las movilizaciones (Milan, 2015; Mosca, 2014). Algunos autores definen la incorporación de estas herramientas como “revoluciones 2.0” (Cocco y Albagli, 2012) o “*wiki revolutions*” (Tapscott, 2011).

En este sentido abundan las investigaciones en el ámbito de la comunicación que tratan la relación entre movimientos sociales y el uso que hacen de los nuevos medios para su comunicación estratégica, sobretodo a partir de 1994 cuando el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZNL) y su líder, el Subcomandante Marcos, marcan un punto de inflexión en cuanto a la estrategia comunicativa y el activismo político (Castells, 2012). También ha sido objeto de estudio la comunicación de otros movimientos como *The Battle of Seattle* durante las protestas contra la Organización Mundial del Comercio en 1999 (Rheingold, 2009), las protestas estudiantiles italianas de *Onda Anomala* en 2008 (Mattoni y Treré, 2014), la Revolución Verde de Irán en 2009 (Burns y Eltham, 2009), los indignados del 15-M en España (Fernández-Planells, 2015a; Linares, 2017) o *Occupy Wall Street* en Estados Unidos, durante el 2011 (Giraldo, 2015).

Pero de todos los movimientos sociales de esta etapa con fuerte presencia de medios sociales en su desarrollo, el que más repercusión mediática obtuvo a nivel internacional fueron las denominadas Primaveras Árabes, fenómeno de revueltas transnacionales con un peso destacado de medios sociales en su desarrollo, hasta el punto de ser bautizadas como “*the Twitter Revolution*” o “*the Facebook Revolution*” (Cottle, 2011; El Gody, 2014; Lotan et al., 2011; Messeguer, 2016; Pérez-Altale, 2016).

En la presente tesis analizamos tres movimientos sociales de repercusión internacional en busca de medios sociales como fuente de información en su cobertura por medios internacionales. Si bien las Primaveras Árabes han tenido una repercusión mayor, el hecho de abarcar más de un movimiento social nos permite analizar comparativamente la cobertura de diferentes conflictos, y plantear si los medios sociales como fuente evolucionan, se estancan o retroceden.

Cronológicamente estudiaremos en primer lugar la Primavera Árabe en Egipto (2011), como punto de partida y movilización más importante. En segundo lugar veremos la revuelta del Euromaidan en Ucrania (2013) y finalizaremos con el tercer y último movimiento social, La Resistencia en Venezuela (2017). Se trata de tres conflictos de interés internacional, con implicaciones indirectas de grandes potencias como Estados Unidos o Rusia. En todos ellos los movimientos sociales toman las calles de forma prolongada en protesta contra el gobierno establecido y en los tres países se produce una concentración mediática en manos del poder que provoca una falta de pluralidad informativa a nivel interno, llegando incluso a la censura como sucede con Al Jazeera en Egipto o la CNN en Venezuela. Es por ello que tanto los medios sociales como los medios internacionales juegan un papel destacado en el desarrollo de los respectivos conflictos.

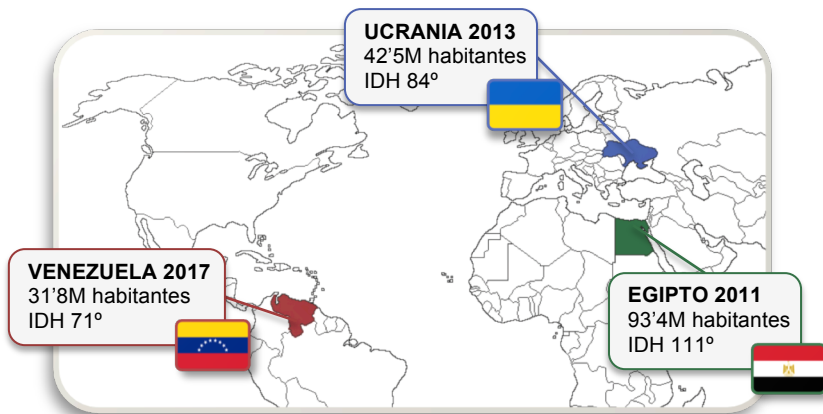


Figura 5: Movimientos Sociales analizados.  
(Fuente: PNUD, 2016. Elaboración propia)

### a) Egipto 2011

Tomamos como punto de partida de nuestra investigación la Primavera Árabe como hecho noticiable con valor periodístico dentro de la corriente del *news value research*, es decir, que lo convierten en una noticia internacional. Sin duda su cobertura global marcó un punto de inflexión para los medios que informaron sobre su desarrollo y los medios sociales estuvieron presentes en su primera etapa, hecho que justifica analizar su presencia como fuente de información. Concretamente nos centraremos en el caso de la revuelta en Egipto, con su epicentro en la Plaza Tahrir.

La elección de Egipto viene determinada por ser la nación árabe con mayor repercusión mediática internacional. Más allá del interés que puede despertar una revuelta popular o un cambio de gobierno en la sección internacional de cualquier medio de comunicación, lo que sucede en Egipto afecta a zonas sensibles de la geopolítica internacional. Son estas repercusiones internacionales las que provocan un alto grado de interés mediático, sobre todo en países árabes, Europa y Estados Unidos (Segura, 2002).

Las repercusiones en los países árabes vienen dadas por el importante peso de Egipto en la región. Fue fundador de la Liga Árabe en 1945 y es el país más poblado de la zona con más de 90 millones de habitantes. La revolución iniciada en la Plaza Tahrir no es una revolución aislada, se enmarca en el conjunto de alzamientos

populares del norte de África. Uno de los hechos relevantes es que las protestas consiguen derrocar al gobierno, como también sucede en Túnez y Libia (Lotan et al., 2011).

Entre las repercusiones internacionales que afectan a Europa, destaca el impacto económico que tiene la inestabilidad en los países árabes. La dependencia energética europea del petróleo, con el Canal de Suez como vía de abastecimiento hacia el Mediterráneo, preocupa a los gobiernos de la zona. Por otro lado, como ya hemos comentado, estas revueltas no son aisladas, se han extendido por la ribera sur del Mediterráneo, provocando una inestabilidad política que ha desembocado en guerras en más de una ocasión, afectando a las relaciones comerciales entre Europa y África, y provocando grandes éxodos migratorios.

También es remarcable, aunque en menor medida, la relación que mantienen algunos países europeos con sus antiguas colonias. En el caso de Egipto, el Reino Unido ha mostrado un fuerte interés en la cobertura mediática. El posicionamiento europeo ha sido sensiblemente favorable a las revueltas, entendidas como demanda de apertura democrática (Tagma, Kalaycioglu y Akcali, 2013).

Por último, como factor de repercusión internacional, la relación con Estados Unidos es de una importancia destacada. Partiendo del conflicto arabo-israelí, Egipto se había convertido, desde la etapa de Al Sadat en los años setenta, en aliado de Estados Unidos y garante de la seguridad de Israel, principal aliado norteamericano en la zona (Jellissen, 2012; McDermott, 2013; Segura, 2002; Tagma et al., 2013).

En el campo mediático la relación entre Egipto y Estados Unidos la hemos podido analizar desde la perspectiva y posicionamiento de la CNN en el artículo “Framing international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi” (Elena, 2016), presente en el anexo de esta tesis.

En enero de 2011, tras 30 años de gobierno de Mubarak bajo ley de excepción militar, la oposición adquiere su punto más álgido con las protestas de la Plaza Tahrir, que tras dos semanas, provocan la caída del presidente. Las protestas se originan enmarcadas dentro de las revoluciones democráticas árabes o Primavera Árabe, iniciadas en

Túnez en diciembre del 2010, tras la inmolación del vendedor ambulante Mohamed Bouazizi, difundida a través de medios sociales.

Los antecedentes de repercusión internacional ya comentados y el desarrollo de las llamadas Primaveras Árabes, han convertido a Egipto en un foco mediático internacional (Al Maskati, 2012) garantizando la cobertura de las cadenas y corresponsales a analizar y que, según Heinrich, se encontraron con la competencia de los medios sociales ya instalados en la Plaza Tahrir, los cuales después sirvieron como fuente de información para cubrir las manifestaciones:

*“Take the start of the Egyptian uprisings in January 2011 as an example: while viewers in the Western hemisphere could tune into CNN or BBC to find foreign reporters commenting on the Tahrir demonstrations, some demonstrators took reporting matters into their own hands. Located in Tahrir square, bloggers or Twitterers (...) sent Tweets from inside the crowd”* (Heinrich, 2012: 768).

Como indica Heinrich, el activismo en medios sociales ha sido muy importante en las revueltas democráticas árabes. Prueba de ello fue el intento de censurar las telecomunicaciones por parte del gobierno con el fin de frenar las protestas. El ciberactivismo ha servido a los medios como fuente de información en más de una ocasión (Ghannam, 2011) y cabe destacar que por un lado sirvió para convocar las protestas, con una repercusión de ámbito nacional, pero por otro lado, se generó un activismo en medios sociales destinado a internacionalizar el conflicto y a darle cobertura. Este fenómeno es observable sobre todo en *tweets* y *blogs* en inglés o francés, como por ejemplo el *tweet* de Fawaz Rashed (@FawazRashed) *“We use Facebook to schedule the protests, Twitter to coordinate, and YouTube to tell the world”* (Di Bonito, 2014: 340).



Figura 6: Tweet de Fawaz Rashed (@FawazRashed) el 19/3/2011 (Di Bonito, 2014)

Por ello, Egipto es un escenario interesante para investigar sobre la influencia que han tenido los medios sociales como fuente de información para los informativos de medios tradicionales. Fruto de este interés en la Primavera Árabe egipcia, los medios internacionales y los medios sociales como fuente de información son los tres artículos publicados y presentes en el anexo de esta tesis (ver anexo págs. 113, 127 y 141):

Elena, M. (2016). Framing international media in the face of **social movements**: CNN and Al-Jazeera English in the **fall of Morsi**. *Communication & Society* 29(3), 119-131.

Elena, M. y Tulloch, C.D. (2017). Los *social media* como fuente de información en la cobertura de conflictos internacionales. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la Televisión de Cataluña en la **Primavera Árabe egipcia**. *Hipertext.net* 15, 46-56.

Elena, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. Al-Jazeera English, BBC y CNN en **Egipto 2011**, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. *Trípodos* 43.



## b) Ucrania 2013

La situación geográfica de Ucrania, frontera entre dos de las principales potencias mundiales, Rusia y la Unión Europea, es la que convierte a esta ex república soviética en un centro de atención internacional. Históricamente ha crecido vinculada a la órbita rusa desde su independencia en 1991, tras la caída de la Unión Soviética. Mantiene lazos culturales, lingüísticos y demográficos con su país vecino, pero su principal vínculo es de carácter económico, la dependencia energética del gas ruso condiciona su economía. Pero Ucrania, en su frontera occidental, tiene tanto a la Unión Europea como a la OTAN intentando captar al gobierno ucraniano como aliado. Por un lado para contrarrestar el poder ruso en la zona y en segundo lugar para garantizar que el 85% del gas ruso que pasa por Ucrania con destino a Europa no se encarezca por motivos políticos (Pirani, 2007).

La joven democracia ucraniana en los últimos años ha tendido a regímenes presidencialistas con tintes autoritarios personalizados en la figura de Viktor Yanukovich. Ganador de las elecciones del 2004, fue depuesto tras las movilizaciones de la Revolución Naranja, un movimiento social que denunciaba el fraude electoral por parte de Yanukovich y que apoyó a los candidatos de la oposición, Viktor Yushchenko y Yulia Timoshenko. Tras dos legislaturas de alternancia en el poder entre Timoshenko y Yanukovich, este último vuelve a ocupar la presidencia en 2010.

La alternancia política viene marcada por el conflicto con Rusia por el precio del gas natural. El gobierno ruso de Putin y Medvedev tiene la capacidad de tutelar la política ucraniana según sus intereses con el precio del gas como arma. Por lo que ante un gobierno en Kiev que no sigue los dictados de Moscú, el precio del gas se dispara, con la consiguiente crisis económica, social y política en Ucrania.

Ante la dependencia rusa, tanto Timoshenko como Yanukovich ven en la alianza occidental con la Unión Europea, una puerta de salida al control ruso. Desde 2012 la Unión Europea y Ucrania negocian un acuerdo de asociación basado en el libre comercio entre ambas partes. Estas negociaciones son vistas con desconfianza por Rusia como un paso previo a la incorporación de Ucrania a la Unión

Europea. Pero desde 2011 Yanukovich mantiene en prisión a la líder de la oposición Yulia Timoshenko, quien es definida por parte de los negociadores europeos como presa política. Para formalizar el acuerdo Bruselas exige la liberación de Timoshenko, pero Yanukovich se niega rechazando cualquier condición previa para firmar el acuerdo.

Finalmente, días antes de la cumbre en la cual se debe firmar el acuerdo entre Ucrania y la Unión Europea, al caso Timoshenko se le suma el anuncio de Yanukovich de paralizar el acuerdo en busca de una alternativa que satisfaga tanto a la Unión Europea, como a Ucrania y a Rusia. Este giro inesperado es interpretado por la Unión Europea como una injerencia inaceptable rusa en un tratado bilateral.

La renuncia a Europa divide a la sociedad ucraniana entre pro europeos, al oeste del país, y pro rusos, en el sector oriental. Un día más tarde a la renuncia del acuerdo se convocan las movilizaciones más importantes desde la Revolución Naranja, protagonizadas por los ucranianos pro europeos. Olga Onuch define estas movilizaciones como “Revolución Democrática 2.0”, dada la auto-organización cívica, llevada a cabo con la ayuda de los medios sociales basados en internet, las iniciativas vecinales y las webs de medios *online*, únicos medios fuera de la órbita y control del presidente Yanukovich (Onuch, 2014).

De hecho el detonante de las movilizaciones fue un post en Facebook del periodista Mustafa Nayyem, en el cual se podía leer:

“Bueno, pongámonos serios ¿Quién está listo para venir a Maidan antes de la medianoche? Los ‘Me gusta’ no cuentan. Solo comentarios bajo este post con las palabras, ‘Estoy listo’. Tan pronto como tengamos más de mil, nos organizaremos” (Facebook.com, 2013).



Figura 7: Post de Mustafa Nayyem en Facebook el 21/11/2013  
(Facebook.com, 2013)

Los ciudadanos de Kiev ocuparon la plaza Maidan en protesta por el giro pro ruso de su gobierno, que daba la espalda a los acuerdos económicos entre Ucrania y la Unión Europea. Las protestas, bautizadas como Euromaidan, hicieron caer el gobierno pro ruso, pero el conflicto ha continuado abierto incluso con enfrentamientos armados (Dobrzhanska, 2014; Leshchenko, 2014; Soldatov y Borogan, 2015). Rusia fue acusada de querer desestabilizar la política de los ucranianos pro europeos generando noticias falsas y difundiéndolas a través de medios sociales. Para contrarrestar la injerencia rusa estudiantes de periodismo ucranianos crearon el portal stopfake.org (Zhdanova y Orlova, 2017).

El papel de los medios sociales en el Euromaidan no sólo destaca en sus inicios, durante el desarrollo de las protestas muchas acciones fueron coordinadas vía *social media*, como el grupo de Facebook llamado Euromaidan SOS, en el cual se reclutaban voluntarios para defender la plaza (Soldatov y Borogan, 2015). Si bien Ucrania presenta una baja penetración de medios sociales entre su población (13%), la encuesta realizada por el International Republican Institute (IRI), revela que las plataformas de *social media* líderes en Ucrania: Vkontakte y Odnoklassniki (Kurmakaeva, 2015) durante las protestas del Euromaidan fueron consultadas por un 62% de los encuestados (Leshchenko, 2014). Este dato refuerza el papel de los medios sociales en el desarrollo de las protestas en Ucrania.

Los resultados de nuestra investigación en el caso de Ucrania se pueden consultar en el siguiente artículo, presente en el anexo de la tesis (*ver anexo pág. 141*):

Elena, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. Al-Jazeera English, BBC y CNN en Egipto 2011, **Ucrania 2013** y Venezuela 2017. *Tripodos* 43.

### c) Venezuela 2017

Las profundas crisis económicas provocadas por las políticas neoliberales en América Latina, dieron paso a movimientos políticos de izquierda que llegaron al poder en la primera década del s.XXI. El kirchnerismo en Argentina, Lula en Brasil, Mujica en Uruguay, Evo Morales en Bolivia o Chávez en Venezuela son los ejemplos más destacados. Si bien todos han tenido sus partidarios y detractores, a nivel internacional, el caso venezolano es el que ha despertado mayor interés.

A nivel económico, igual que Egipto y Ucrania, Venezuela también presenta unas implicaciones energéticas que lo hacen internacionalmente relevante. Se trata del primer productor y exportador de petróleo de la zona. Mediáticamente las apariciones de Hugo Chávez y su enfrentamiento abierto con la administración norteamericana, convirtieron la política venezolana en hecho noticiable para los medios internacionales.

Si bien ha venido ganando las elecciones desde que llegó al poder, el chavismo siempre ha convivido con una oposición interna, y sobre todo externa, que ha sabido organizarse como movimiento social de oposición en distintas etapas. Los momentos álgidos de la oposición siempre han coincidido con situaciones de recesión económica. En 2013 fallece Chávez víctima de un cáncer y es sucedido por Nicolás Maduro, quien prosigue con sus políticas de desarrollo social.

La muerte de Chávez propició una de las noticias falsas más destacadas de la historia de la prensa en España y muestra la importancia mediática de Venezuela a nivel internacional. Chávez falleció en marzo del 2013, pero el 24 de enero de 2013, El País publicó una foto en portada de un supuesto Hugo Chávez entubado en un hospital cubano, con la cual se confirmarían los rumores del grave estado de salud del presidente venezolano. La fotografía resultó ser falsa y el diario español la retiró esa misma madrugada.



Figura 8: Portada de El País del 24/01/2013. (eldiario.es, 2013)

En este momento la oposición aprovecha la muerte del líder carismático para aglutinarse entorno a la figura del opositor Henrique Capriles. Pero en las elecciones presidenciales de 2013 no consigue superar al nuevo líder del chavismo Nicolás Maduro. La derrota antichavista no es bien digerida y en febrero de 2014 empiezan las primeras manifestaciones importantes en las calles, en las cuales se suma a ellas el movimiento estudiantil y emerge la figura de Leopoldo López como líder opositor.

Las movilizaciones producen enfrentamientos entre ambos bloques causando la muerte de 43 personas. Durante las protestas de febrero el gobierno llegó a censurar la señal de la CNN en Español y bloqueó el acceso a internet, aunque el flujo informativo fue restablecido en 24 horas. En 2014, en un contexto mediático

polarizado, el 88% de los venezolanos declara acceder a internet a través de medios sociales (Statista, 2014).

El líder opositor Leopoldo López fue acusado de instigar las manifestaciones no autorizadas del 2014 y fue condenado por la justicia venezolana a 13 años de prisión por incitación pública a la violencia. Su encarcelamiento ha sido denunciado por diversas organizaciones internacionales de defensa de los Derechos Humanos, como Amnistía Internacional o Human Rights Watch, como una detención por causas políticas.

Tras perder el poder legislativo en las elecciones parlamentarias de 2015, Nicolás Maduro pretende reformar la Constitución para hacerse con el control de la Asamblea Nacional, la cual ha visto bloqueadas todas sus iniciativas legislativas por el poder judicial. El intento de control de la Asamblea Nacional por parte de Maduro provoca una segunda oleada de movilizaciones y protestas, tras los enfrentamientos de 2014. La oposición ocupa las calles de Caracas durante más de 100 días seguidos, bautizadas como la Primavera Venezolana o Rebelión de Abril por los medios contrarios al gobierno.

A nivel mediático vemos que la grave crisis económica y la falta de papel hace que la prensa deje de publicar en soporte físico, por lo que la información fluye únicamente por medios audiovisuales y digitales (Lander y Arconada-Rodríguez, 2017). Este dato reaviva la presencia de los medios sociales durante las protestas.

Los datos referentes al uso de medios sociales como fuente referentes al conflicto en Venezuela se pueden consultar el artículo publicado, presente en el anexo de esta tesis (*ver anexo pág. 141*):

Elena, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. Al-Jazeera English, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y **Venezuela 2017**. *Trípodos* 43.

## 2.4. La Televisión

Hemos escogido la televisión por ser el medio de comunicación más utilizado por los ciudadanos para informarse y por ser el que mayor alcance y repercusión tiene hoy en día. (European Commission, 2016; Ghannam, 2011; Kevin et al., 2013; Pew Research Center, 2017; Valassopoulos, 2012). Coincidimos con Borrat y Fontcuberta en el papel que juega la televisión hoy en día cuando afirman:

“Cuando el ciudadano compra el diario ya se ha informado, a través de radio y televisión, de los últimos acontecimientos. El periódico ya no es necesario para suministrar noticias sino más bien para explicarlas y profundizarlas. Eso sí, es básico que el lector sienta esa necesidad ya que, como explicó MacLuhan, la televisión, a diferencia de la prensa, es un medio caliente cuya recepción no exige ningún esfuerzo” (Borrat y Fontcuberta, 2006: 35).

Las cifras de los siguientes estudios corroboran el alcance y repercusión de la televisión. El Eurobarómetro indica que el 96% de los hogares de la Europa de los 27 (Reino Unido incluido) tiene al menos una televisión (European Commission, 2016). Por lo que respecta al mundo árabe, el informe titulado *Social Media in the Arab World* habla de una penetración de la televisión del 90'3% (Ghannam, 2011). Finalmente, en Estados Unidos es el Pew Research Center quien nos acerca el dato sobre la preferencia por la televisión para informarse por parte de los estadounidenses, 7 puntos por encima del segundo clasificado, los medios digitales. Cabe destacar que los medios digitales presentan una tendencia creciente en el consumo de noticias, pasando de 19 puntos de diferencia por debajo de la televisión, a los 7 puntos actuales en tan solo un año, por lo que si se confirma la tendencia alcista, no es descabellado un consumo de noticias liderado por medios digitales en un futuro cercano (Pew Research Center, 2017).

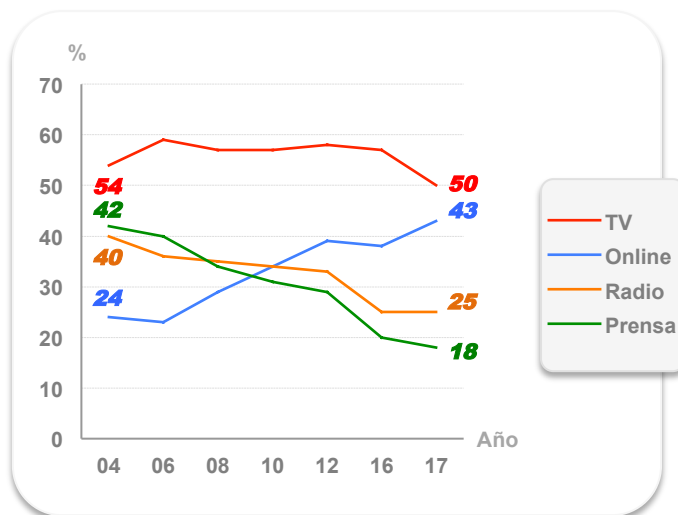


Figura 9: Consumo de noticias en EE.UU. por plataforma  
(Pew Research Center, 2012; 2017)

Hemos delimitado nuestro estudio a la televisión como medio de comunicación, con una selección de tres de las cadenas de ámbito global con una trayectoria indiscutible en la cobertura de conflictos internacionales y líderes de audiencia como son Al Jazeera English, BBC World News y CNN International. También analizaremos el posicionamiento de la cadena respecto a los medios sociales y a los movimientos sociales.

Con esta muestra cubrimos tres cadenas de televisión de ámbito mundial y con un compromiso profesional importante en la cobertura de la actualidad internacional a nivel editorial y en cuanto a los recursos humanos asignados ya que cuentan con un amplio reparto de corresponsales fijos, enviados especiales y *stringers*. Las cadenas seleccionadas, además de esta voluntad informativa internacionalista, representan cada una de ellas una perspectiva propia, derivada de sus ámbitos geográficos y culturales, como son el europeo, el norteamericano y el árabe. También obtenemos una muestra variada en cuanto a titularidad del medio, siendo ellas de propiedad pública (BBC) y privada (CNN, Al Jazeera). Las tres cadenas en 2016 se unieron a la First Draft Partner Network, una plataforma de verificación conjunta que busca soluciones en pro de la información real y contenido auténtico (Fernández-García, 2017).



CADENA TV	PAÍS DE ORIGEN	TITULARIDAD
 ALJAZEERA	Qatar	Privada
	Reino Unido	Pública
	Estados Unidos	Privada

Tabla 1. Cadenas de televisión analizadas (elaboración propia)

### a) Al Jazeera English

Los medios de comunicación de ámbito árabe tradicionalmente no gozaban de prestigio y credibilidad, dado el sometimiento y manipulación a la que estaban sujetos por parte de sus respectivos gobiernos, donde la censura y la propaganda eran habituales. A nivel internacional el predominio informativo de medios de información occidentales, encabezados por la CNN, venían marcando la agenda informativa, dejando al ciudadano árabe sin referentes mediáticos con los cuales informarse.

En este contexto en 1996 nace Al Jazeera, cadena de informativos por satélite fundada y financiada por el emir de Qatar, con la voluntad de convertirse en referente informativo independiente en el contexto árabe. En este sentido la nueva plataforma informativa sirvió para crear un marco referencial común, más cercano al mundo árabe y musulmán. Hasta entonces este marco era inexistente o muy heterogéneo a nivel mediático y, desde la caída de las Torres Gemelas el 11-S del 2001, era visto como un referente estereotipado y negativo (Lynch, 2006; Messeguer, 2016; Seib, 2008).

Lamloum define el posicionamiento político, económico y social de Al Jazeera en tres ejes, todos ellos fundamentados alrededor del panarabismo, el islamismo moderado y el neoliberalismo:

“El canal aglutina tres tendencias políticas distintas: una tendencia nacionalista árabe de la que es representante principal el sirio Fayçal Al-Qassim; una islamista liberal encarnada por el egipcio Ahmad Mansour, y, con menor peso, una liberal que personifica el palestino Jamil Azir. Alentadas por la ambición de producir una información plural libre de censura, las tres corrientes se ponen de acuerdo para tratar los conflictos del mundo árabe desde una perspectiva nacionalista panárabe, para denunciar la política que lleva a cabo los Estados Unidos y para sacar a la luz pública las aspiraciones democráticas y la oposición a los regímenes vigentes. El consenso de las tres tendencias conlleva también la adhesión a una política económica neoliberal como modelo de desarrollo y modernización para el mundo árabe” (Lamloum, 2006: 60-61).

El prestigio internacional de Al Jazeera llegó con la cobertura de la guerra de Afganistán (2001 – 2002). Gracias al despliegue de medios sobre el terreno, marcó la agenda informativa y difundió exclusivas mundiales como los mensajes del líder de Al Qaeda, Osama Bin Laden. Su interés en la información internacional y en el mundo árabe y musulmán queda reflejado en la abertura de corresponsalías en Irak, Afganistán, Irán, Palestina, Israel y Pakistán (Rugh, 2004). Al Jazeera ostenta 65 corresponsalías repartidas en más de 60 países, con más de 400 periodistas sobre el terreno, expandiendo su señal a más de 100 países, con una audiencia estimada de más de 220 millones de hogares (Al Jazeera, 2012).



Figura 10: mensaje de Bin Laden difundido por Al Jazeera desde Afganistán el 10/07/2001 (Aljazeera.com, 2001)

Si durante la primera guerra del Golfo Pérsico, en 1991, la CNN marcó la agenda informativa gracias a sus exclusivas, una década más tarde Al Jazeera le toma el relevo en Afganistán. En este sentido la aparición de un nuevo actor mediático que contrarresta el discurso hegemónico predominante, en pro de una perspectiva informativa producida desde un paradigma panarabista y no occidental, es definida por Seib como el “*Al Jazeera effect*”:

*“To varying degrees throughout the world, the connectivity of new media is superseding the traditional political connections that have brought identity and structure to global politics. This rewiring of the world's neural system is proceeding at remarkable speed, and its reach keeps extending even farther. It changes the way states and citizens interact with each other and it gives the individual a chance at a new kind of autonomy, at least on an intellectual level, because of the great availability of information. This is the Al Jazeera effect”* (Seib, 2008: 175).

Pero el salto definitivo para competir con la CNN llega en el 2006, con la creación de Al Jazeera English (Kevin et al., 2013; Miles, 2006; Valassopoulos, 2012). ¿Por qué analizamos Al Jazeera English y no Al Jazeera Arabic? A priori, se puede entender como una limitación de la investigación por cuestiones idiomáticas, y de

hecho lo es, pero encontramos estudios comparativos entre Al Jazeera Arabic y Al Jazeera English que revelan que no son tantas las diferencias entre ambas versiones de la misma cadena, a parte del idioma (Fahmy y Al Emad, 2011). En este sentido, los corresponsales Ayman Mohyeldin y Josh Rushing declaraban sobre la relación entre Al Jazeera English y Al Jazeera Arabic, que se trata virtualmente de la misma cadena, en la que se comparten contenidos y responden al mismo director general (Meltzer, 2013).

Dicho esto, también existen estudios que destacan las diferencias entre ambas cadenas. En 2010, el director de Al Jazeera English, Al Anstey, argumentaba que Al Jazeera English no es una simple traducción de Al Jazeera Arabic, sino que es una cadena completamente independiente, con voluntad de diferenciarse de su versión en árabe (Loomis, 2009; Zayani, 2008).

Entre ambas tendencias encontramos un punto medio, en el que Kraidy destaca que la agenda informativa de ambas cadenas es similar y comparte objetivos, mientras que las diferencias se encuentran, a parte del idioma como es obvio, en el tono y posicionamiento del lenguaje utilizado:

*“AJE’s identity is more difficult to discern. Leading up to its launch, the network framed its new channel as a competitor to BBC and CNN, but with a ‘global south orientation’. The extent to which the channel’s coverage reflects that orientation depends on what is meant by ‘global south’. In the Arab world and Middle East, AJE’s coverage tends to be similar to its Arabic-language counterpart. There are differences in tone between the two, but these reside mostly in AJE’s use of standard English journalistic terminology—which to some comes across as less harsh than Al Jazeera’s Arabic tone”* (Kraidy, 2008).

Al Jazeera jugó un papel destacado en el desarrollo de las Primaveras Árabes. Fue considerada como enemiga por los gobiernos derrocados, que llegaron a cerrar sus emisiones, como sucedió en Túnez o Egipto, haciéndola responsable de la extensión transnacional de las revueltas desde Túnez al resto de países. De hecho fue la primera cadena de televisión en difundir las imágenes procedentes de YouTube con la inmolación del vendedor ambulante

Mohamed Bouazizi, detonante de la revolución tunecina. (Cottle, 2011; Hale, 2013; Lim, 2013).

Respecto al uso de fuentes, como hemos visto, Al Jazeera fue pionera usando imágenes de YouTube como fuente de información para ilustrar el caso Bouazizi. Muestra de su interés por incorporar contenidos procedentes de medios sociales como fuente de información es su guía práctica de verificación de contenido digital *News Verification* (Al Jazeera, 2015). En la misma línea, su canal de noticias en Youtube es el más visto del mundo con 2,5 millones de visionados por mes.

En los siguientes artículos publicados, presentes en el anexo de esta tesis, podemos encontrar más información sobre el posicionamiento y el uso de fuentes de Al Jazeera English (*ver anexo págs. 113 y 141*):

Elena, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. **Al-Jazeera English**, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. *Trípodos* 43.

Elena, M. (2016). Framing international media in the face of social movements: CNN and **Al-Jazeera English** in the fall of Morsi . *Communication & Society* 29(3), 119-131.

## b) BBC World News

BBC World News (Reino Unido), es el canal internacional de la BBC, fundado en 1991, seis años más tarde que la CNN Internacional. Gracias a la sección internacional de su canal madre, la BBC, BBC World News se ha podido beneficiar de la mayor red de corresponsalías internacionales del mundo. El pasado colonial del Reino Unido, y posteriormente la Commonwealth, han marcado una línea de interés en la información internacional de la BBC.

Inicialmente su financiación provenía de la publicidad y las suscripciones, quedando fuera de los presupuestos públicos, aunque poco después se benefició de las subvenciones de la Foreign & Commonwealth Office. Por otro lado también se nutre tanto de recursos humanos como técnicos de la BBC, la cual sí se costea mediante los presupuestos del gobierno británico procedentes del canon televisivo. En su portal web se define como :

*“BBC World News is the BBC's international 24-hour news and information channel, broadcast in English in more than 200 countries and territories across the globe. Its estimated weekly audience of 74 million makes it the BBC's biggest television service”* (bbc.com, 2009).

En 2008 se reestructuró la cadena internacional tal y como la conocemos hoy en día, adoptando el actual nombre, imagen y política de contenidos. También fue el año de lanzamiento de BBC Arabic, tras un intento fallido en 1994, que duró tan solo dos años tras la retirada de apoyos financieros de sus socios comerciales sauditas. Tras BBC Arabic, en 2009 nace BBC Persian, destinada a una audiencia potencial de 100 millones de espectadores, emitiendo en Irán, Afganistán, Uzbekistán y Tayikistán.

A parte del interés en la información internacional demostrados por la BBC con su propia programación y con la creación del canal específico BBC World News, una de las facetas que convierte a la BBC en un interesante objeto de estudio es su prestigio internacional. Según Freedman se sigue considerando como un ejemplo mediático de titularidad pública e independencia política y comercial, ante el actual panorama de presiones que reciben los medios. Defiende su modelo como:

*“...an independent public service news media that is strong enough to defy the pressure of both government and market and to serve citizens without fear or favor. In this heady narrative, it is the British Broadcasting Corporation (BBC) in particular that is often claimed to offer the best prospect of impartial, high-quality journalism that is insulated from narrow considerations of profits or politics”* (Freedman, 2018:1).

Fruto de este prestigio es su audiencia global de 320 millones de personas, sumando sus emisoras de radio, televisión y online (bbc.com, 2016). Este dato convierte a la BBC en el medio internacional de mayor audiencia.

En cuanto a la relación con las fuentes de información procedentes de medios sociales cabe destacar que a partir de los atentados de Londres en 2005, la BBC abrió una redacción específica para las tareas de verificación de fuentes procedentes de medios sociales y generadas por usuarios, el Hub de User Generated Content (Belair-Gagnon, 2015). En el siguiente artículo publicado, presente en el anexo de esta tesis, podemos observar los resultados de la investigación sobre fuentes de información procedentes de medios sociales en conflictos internacionales protagonizados por movimientos sociales, con la BBC como parte del objeto de estudio (*ver anexo pág. 141*):

Elena, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. Al-Jazeera English, **BBC** y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. *Tripodos* 43.

### c) CNN International

La CNN es una cadena de televisión privada fundada en 1980 por el magnate estadounidense Ted Turner. Es operada por Turner Broadcaster System, empresa propiedad de la corporación multinacional de medios de comunicación y entretenimiento Time Warner. Los estudios centrales de la CNN están ubicados en la ciudad de Atlanta, aunque las retransmisiones se realizan desde Nueva York, Washington D.C. y Los Ángeles principalmente. El ámbito de difusión de la CNN United States (o CNN Doméstica) se centra en norte América, y se realiza por suscripción a través de cable o satélite. En 2015 la CNN estaba presente en el 82,8% de los hogares estadounidenses con televisor.

Fue el primer canal de televisión totalmente dedicado a la producción de informativos y fue pionero en instaurar los boletines de información continua 24/7 (24 horas al día, siete días a la semana), fórmula que ha sido copiada por sus competidores en todo el planeta. Desde su nacimiento siempre ha estado entre las cadenas de informativos de televisión más vistas en Estados Unidos, en competencia con Fox News. Los informativos están centrados en la economía, la política y la sociedad estadounidense, y se destaca frente a sus competidores nacionales (como por ejemplo Fox News o MSNBC), por una amplia cobertura de información de carácter internacional.

El protagonismo de la información internacional obedece a una extensa red de corresponsales en el extranjero y enviados especiales. Gracias a ello su audiencia ha podido estar informada de acontecimientos, conflictos, crisis y catástrofes, ya fuese dentro de los Estados Unidos como en cualquier región del mundo por alejada y remota que se encontrase. Pero no solo se ha centrado en la cobertura de breaking news, programas como el prestigioso *CNN World Report*, en antena desde los años 80, han acercado culturas y sociedades de todo el mundo al espectador de la CNN.

Reforzando el carácter internacional de la cadena, en 1985 se lanzó CNN Internacional, una nueva emisora cuya audiencia pasaba de ser norteamericana a global, manteniendo el inglés como lengua vehicular. Su programación se divide en 7 redacciones regionales: Estados Unidos, África, Américas, Asia, China, Europa y Oriente Medio. En 1997 la CNN da un paso más en su internacionalización lanzando CNN en Español, dirigido al público hispanohablante, y en 2002, tras los atentados del 11 de septiembre y la Guerra de Afganistán, lanza CNN Arabic. Su objetivo es la audiencia árabe y pretende contrarrestar a su competidor internacional en el mundo árabe, Al Jazeera, en antena desde 1996.

La primera Guerra del Golfo, en 1991, marcó un punto de inflexión en la cobertura internacional de la CNN. Fue el único medio de comunicación con capacidad para informar desde el centro del conflicto, por lo que su señal fue retransmitida por medios de comunicación de todo el mundo, y sus reportajes sirvieron de fuente de información para el resto de la prensa internacional. La exclusividad de la CNN en el conflicto y sus retransmisiones desde



Bagdad impulsaron a la cadena a ganarse un prestigio y reputación, convirtiéndola en referente de la información internacional.

A partir de entonces la CNN marcó la agenda informativa en lo que a información global se refiere. Un conflicto adquiría interés internacional cuando era cubierto por la CNN, y su cobertura despertaba la movilización del resto de prensa internacional. Gracias a su red de corresponsales la cobertura de *breaking news* estaba garantizada, llegando a crearse el “*CNN effect*” (Robinson, 2005), definido como la capacidad de cobertura de noticias internacionales en tiempo real, y el impacto de estas noticias sobre políticos, ciudadanos y sociedad en general. De este modo dicho efecto era tenido en cuenta por la administración norteamericana en el momento de tomar decisiones, sobretodo de política exterior, ya que la cobertura mediática de la CNN podía perjudicar o beneficiar al gobierno. Si el enfoque de la CNN era favorable a la decisión política del gobierno, el impacto en la opinión pública se preveía como positivo, de igual modo, ante un enfoque negativo de un conflicto, era de esperar una reacción adversa de la audiencia.

Con la llegada de la web 2.0 y la aparición de los medios sociales, la capacidad de generar, gestionar y transmitir información dejó de ser monopolio de los medios de comunicación tradicionales. Desde entonces el ciudadano testigo de un hecho noticiable puede registrar y difundir dicho hecho a una audiencia potencialmente global, gracias a plataformas como Facebook, Twitter o YouTube, entre otras. En este sentido no desaparece el llamado “*CNN effect*”, pero el “*Twitter effect*”, que es la capacidad del ciudadano de dar a conocer hechos noticiables sin medios de comunicación como intermediarios, le otorga un poder incluso mayor que el “*CNN effect*”. Ante este escenario la CNN fue pionera en aprovechar este tipo de fuente de información y en 2006 abrió el portal *iReport* (Newman, 2009), una web habilitada a recibir contenidos generados por usuarios.

En el anexo de la presente tesis podemos encontrar: una publicación sobre la CNN, un artículo que estudia el uso de fuentes de información en tres conflictos diferentes con la CNN como cadena analizada y un análisis de *framing* con la CNN en la Primavera Árabe de Egipto como objeto de estudio (*ver anexo págs. 113 y 141*):

Elena, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. Al-Jazeera English, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. *Trípodos* 43.

Elena, M. (2016). Framing international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi. *Communication & Society* 29(3), 119-131.

#### d) TV3

A parte de las tres cadenas de televisión ya descritas, en la presente tesis encontramos una cuarta cadena de televisión, se trata de TV3, la televisión pública de Catalunya, perteneciente a la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA). Su presencia en este estudio viene determinada ante la envergadura de las tres cadenas de televisión internacionales anteriormente citadas. Como veremos en el desarrollo de la metodología, ante la dificultad de entrar en contacto con tres gigantes de la comunicación como son Al Jazeera, la BBC y la CNN, vimos oportuno realizar un test metodológico con una cadena geográficamente más cercana y accesible como es TV3.

La elección de TV3, la televisión pública de Cataluña, obedece a criterios de proximidad y de audiencia. Es líder en informativos desde hace más de 10 años y sus noticieros han sido los programas mas vistos durante 250 de 365 días en el 2016 (CCMA, 2017; Kantar Media, 2017). Cabe remarcar que pese a tratarse de una cadena de televisión de ámbito autonómico, su programación es generalista y no regional. Como afirma Gifreu en referencia a los inicios de TV3 “se puso en marcha el embrión del nuevo canal con la voluntad de competir con TVE” (Gifreu, 2008:342).

Prueba de ello es el trato que recibe la información internacional aquí analizada, con una red de 9 corresponsales cubriendo Europa, América, África y Asia. Destaca su equipo especializado en Oriente Medio y los países árabes, con corresponsalías en Jerusalén y Rabat desde sus inicios. Este interés por la información internacional hace

de la cadena catalana un buen objeto de estudio para analizar las fuentes utilizadas en informaciones de carácter internacional.

El resultado del test metodológico con TV3 como objeto de estudio, es el siguiente artículo publicado, presente en el anexo de esta tesis (*ver anexo pág. 127*):

Elena, M. y Tulloch, C.D. (2017). Los social media como fuente de información en la cobertura de conflictos internacionales. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la **Televisión de Cataluña** en la Primavera Árabe egipcia. *Hipertext.net* 15, 46-56.



### 3. MARCO TEÓRICO

De los tres paradigmas clásicos en los que se divide la investigación de las ciencias sociales en general y de la comunicación en particular, el funcionalista, el interpretativo y el crítico, la presente tesis se enmarca en el paradigma interpretativo. Nuestros objetivos pretenden entender y describir una determinada realidad, sin necesidad de establecer leyes que pronostiquen una aplicación en el futuro de nuestros resultados, como sería el caso de las investigaciones funcionalistas, ni pretendemos provocar cambios en nuestra sociedad, objetivos más cercanos a la perspectiva crítica.

Entendemos que dentro de la investigación en periodismo, la identificación de fuentes de información en la construcción de la noticia, es un claro ejemplo de investigación interpretativa. La relación bilateral entre fuente y periodista es fruto de la interacción humana y esta interacción es fluida y cambiante. Dichos cambios están expuestos a infinidad de variables englobadas en un contexto de interacciones individuales primero y sociales después. Por ello descartamos análisis positivistas, basados en experimentos cuantitativos, que pretendan extrapolar nuestros resultados para predecir lógicas futuras. Muestra de ello es la elección de la metodología cualitativa en la presente tesis.

Cada noticia es individual e irrepetible, creada en un contexto particular, en una época en concreto y con la acción de unas determinadas personas, que se mueven dentro de unos valores culturales específicos. Esta especificidad actúa de igual modo en cuanto a las fuentes de información seleccionadas. A parte de los valores tradicionales que definen una fuente, como adecuación, productividad, fiabilidad, veracidad, autoridad y elocuencia (Gans, 1979), otros aspectos entran en juego durante la construcción de la noticia, como por ejemplo la formación y capacidad del periodista, los recursos económicos disponibles, los conocimientos tecnológicos, la independencia del medio ante sus responsables y un largo etcétera de condicionantes que convierten a cada noticia en irrepetible.

Si tenemos que situar el paradigma interpretativo dentro de una corriente que describa nuestra sociedad, seguramente el constructivismo es aquella teoría social que más se adecúa a nuestro estudio. El constructivismo entiende que la realidad es construida a través de las definiciones individuales primero, y una vez puestas en común se crean las definiciones colectivas. Se trata de un proceso interactivo bidireccional donde individuo y colectivo están interconectados y se modifican mutuamente.

Como toda teoría, el constructivismo nace de unas raíces y se nutre de otras teorías existentes. En este caso encontramos sus orígenes en dos grandes ramas científicas, por un lado en la psicología de Bateson (1972), en la que encontramos las definiciones personales que construyen la realidad, y por otro lado la sociología interpretativa de Goffman (1981), en la que encontramos una aproximación a la realidad a través de procesos intersubjetivos. En menor medida encontramos dentro del constructivismo influencias del interaccionismo simbólico de la Escuela de Chicago, la actitud natural ante fenómenos sociales de la fenomenología, o la definición de la realidad como socialmente construida que defiende la etnometodología (Sábada, 2001).

Esta definición de la realidad como construida a través de las interpretaciones individuales y colectivas, tiene su aplicación en el campo de la comunicación, donde los medios juegan un papel destacado en lo que a interpretaciones colectivas se refiere. Pueden legitimar o deslegitimar el poder hegemónico, con lo que ejercen una notable responsabilidad en el control social frente a la opinión pública o audiencia.

Pero no solo entendemos a los medios como generadores de interpretaciones colectivas. Estas interpretaciones están producidas por profesionales de la información, por lo que en cada mensaje, a parte de la interpretación colectiva, va implícita la interpretación individual del profesional de la información. Entendemos la construcción de la realidad como subjetiva, no objetiva. Esta adaptación de la sociología interpretativa a los medios de comunicación es aceptada globalmente a partir de la obra *Making News*, de Gaye Tuchman (1978).

La relación entre realidad y medios de comunicación viene determinada según Tuchman por la reflexividad, que nos explica que los hechos noticiables se encuentran en la realidad. Y el carácter subjetivo y no objetivo de la interpretación de la realidad viene dado por la indexividad, entendida como la extracción de los significados de la realidad a partir de un contexto propio.

Si bien entendemos nuestra realidad a partir del constructivismo, esta teoría data de la segunda mitad del siglo xx. ¿Se ha adaptado a los nuevos tiempos? ¿Cómo incorpora esta teoría la aparición de nuevas tecnologías y nuevos medios? A continuación abordamos los debates que afectan a la construcción de la realidad mediante medios de comunicación y nuevas tecnologías, y el posicionamiento de la presente investigación al respecto.

En los últimos 20 años las sociedades post-industriales han experimentado una revolución tecnológica, tras la cual han sido rebautizadas con el nombre de Sociedad de la Información o Era de la Información (Castells, 1999). Castells introduce el informacionalismo como paradigma tecnológico. Con el informacionalismo, la información pasa de ser comunicación de conocimiento, como lo había sido siempre, para convertirse en la base social, cultural y económica de nuestra sociedad. Si venimos de una sociedad industrial, donde era la industria la que marcaba los cambios sociales, ahora nos encontramos en una sociedad informacional, o de la información, donde es la información la que marca los cambios sociales. Castells definió esta era en el V Foro Social Mundial de Porto Alegre, en 2005:

“Es un periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana, y con la interdependencia global de dicha actividad. Es un proceso de transformación multidimensional que es a la vez incluyente y excluyente en función de los valores e intereses dominantes en cada proceso, en cada país y en cada organización social. Como todo proceso de transformación histórica, la era de la información no determina un curso único de la historia humana. Sus consecuencias, sus

características dependen del poder de quienes se benefician en cada una de las múltiples opciones que se presentan a la voluntad humana” (Castells, 2007).

Este paradigma tecnológico es defendido por la Escuela de Toronto, con Marshall McLuhan, quien ya en 1964 en su obra *Understanding Media* proclamaba que en la “aldea global”, “el medio es el mensaje” (McLuhan, 1964). Las críticas al informacionalismo vienen por su determinismo tecnológico y se enmarcan dentro de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, con Habermas como autor destacado (Habermas, 2002). En nuestro caso, como define Castells, la tecnología no es determinante, es concomitante. No se puede analizar la Sociedad de la Información desde una perspectiva tecnológica únicamente, la perspectiva informacional nos ofrece un enfoque social, cultural y económico, que convive y evoluciona con los avances tecnológicos.

Esta revolución tecnológica empieza a ser evidente a partir de 1993 con el desarrollo de la World Wide Web por parte de Tim Berners-Lee. Es la tercera y última fase del nacimiento de Internet caracterizada por la accesibilidad de la red gracias al uso de protocolos y lenguajes aptos para usuarios sin formación tecnológica (Orihuela y Santos, 2004). Se inicia una nueva etapa donde la información y el acceso a ella son los protagonistas. Todos los ámbitos sociales y profesionales se ven afectados por esta nueva tecnología, pero una de las profesiones más afectadas en el ámbito de la información es el periodismo.

Paradigmas como *newsmaking* y *sourcing* se transforman en este nuevo contexto de Sociedad de la Información, ya que la revolución tecnológica afecta a las rutinas del periodista. Nuevas herramientas y nuevas fuentes están a su alcance para investigar, obtener y producir información, es lo que conocemos como periodismo digital, investigado bajo los paradigmas de ciberperiodismo, o *cloud journalism*, entre otros (Fondevila Gascón, 2010).

Los primeros estudios sobre ciberperiodismo se basan fundamentalmente en la producción, en el paso del analógico al digital. Se estudia cómo son los portales digitales de información, los cambios tecnológicos en las redacciones y la adaptación de los profesionales a las nuevas tecnologías. Cabe destacar los estudios



que analizan estos cambios en las redacciones de Boczkowski (2004), Noci y Salaverría (2003) o Paterson y Domingo (2011).

Respecto a las fuentes de información, en los inicios del ciberperiodismo las nuevas fuentes se limitan a contenidos web 1.0, de agencias de noticias, medios de comunicación online e instituciones (Redondo, 2005). El debate sobre la fiabilidad de las nuevas fuentes digitales continúa siendo el mismo que el ya existente sobre las fuentes tradicionales, ya que en este periodo las fuentes digitales tienen origen y firma. La producción de contenidos informativos está limitada por aquellos con capacidad de generar y transmitir, es decir, agencias y profesionales de la información. El flujo de información en este momento continua siendo vertical, de arriba abajo o *one to many* (Deuze, 2008).

A partir de 2004 se popularizan los medios sociales y el flujo de información pasa a ser *many to many*. Cualquier ciudadano con acceso a internet es capaz de generar contenidos y compartirlos. De este modo los profesionales de la información y los medios de comunicación pierden el monopolio de difundir información. Desde entonces la principal preocupación en este campo es la capacidad de verificación de estos nuevos contenidos procedentes de medios sociales cuando son usados como fuentes de información. El rol de los periodistas, que como profesionales son quienes deciden qué noticias publicar, se encuentra bajo presión. En la era de los móviles, las redes sociales y los blogs, la cuestión de la autoridad del profesional empieza a peligrar.

Por un lado las nuevas fuentes, dada su dificultad de ser contrastadas y verificadas, no tienen la credibilidad ni el prestigio de las fuentes tradicionales, pero son frescas y veloces. Por otro lado, encontramos que el periodista ya no es el único capaz de generar información, le ha salido un competidor (Sambrook, 2010). Se pone bajo revisión el concepto de jurisdicción profesional ideado por Schudson y Anderson. El término hace referencia a la habilidad del periodista para representar la realidad y que les permite tener una autoridad especial sobre las noticias (Schudson y Anderson, 2012).

Pero más allá de los criterios de verificación, autenticidad o veracidad, De Pablos duda sobre qué puede ser considerado fuente periodística en el actual contexto de revolución informativa:

“La fuente es posibilidad de preguntarle. Sin fuente hay muy poco periodismo; sin fuente no habrá mensaje periodístico, aunque puede haber propaganda. Las fuentes han de ser consultadas por el redactor, que es algo diferente a las ‘fuentes encontradas’ en un sitio web (...) Las fuentes no son mudas: se les pregunta y contestan. La web usada como fuente es muda: no se le pregunta y su ‘contestación’ está publicada antes de la visita del reportero. Por lo tanto, no es fuente, tal y como la hemos entendida hasta ahora. Es una pseudofuente, que sólo podrá producir pseudoperiodismo” (De Pablos, 2006: 133).

Según De Pablos, el periodista deja de buscar fuentes con las que puede interactuar directamente para pasar a recibir textos escritos que pasan a ser publicados directamente. Los autores que son escépticos ante el uso de fuentes digitales como fuentes de información ven en las fuentes mudas un retroceso en la calidad periodística y representan una tendencia conservadora ante las innovaciones tecnológicas en el campo de la comunicación. Por otro lado, para aquellos autores que podríamos definir como pragmáticos respecto a las redes sociales, las fuentes mudas son un avance tecnológico que facilita la labor periodística y que ofrece al profesional un aprovechamiento de su tiempo para dedicarlo al trabajo en otro tipo de fuentes (Redondo, 2007).

Ante este escenario donde encontramos nuevas fuentes de información disponibles, si la capacidad de verificar dichas fuentes es la principal preocupación del periodista, observamos que la verificación está directamente relacionada con el origen de la fuente. Es decir, si procede de profesionales de la información, por mucho que llegue vía medios sociales, la verificación no desaparece, pero se sitúa al mismo nivel que cuando los medios sociales no existían.

En redes sociales, como *Blogger* o *Twitter*, podemos ver como un periodista crea su propia marca independientemente del medio de comunicación para el que trabaja. De este modo la credibilidad

periodística que le otorga su profesión es reconocida en el campo de los medios sociales. Victoria Carvallo, periodista del diario chileno La Tercera, coincide sobre los *social media*:

“En La Tercera online no los utilizamos como medio informativo, porque la fuente no es creíble al ser desconocida. Como política editorial sólo recurrimos a blogs de medios consolidados, cuyo soporte es su principal carta credencial. El periódico *El Mundo* de España, por ejemplo, posee un blog de su corresponsal en Irak, transformándolo en una fuente internacional válida porque está respaldado por la firma de su periodista” (Flores y Aguado, 2006: 158).

De este modo el quién genera contenidos en medios sociales pasa a ser el centro del debate. Con el asentamiento de los medios sociales y la creación de la cultura *wiki*, según la cual cualquier persona está ahora capacitada para difundir información, se produce un cambio en la dinámica informativa. Nace lo que conocemos como periodismo ciudadano o *i-journalism*, disciplina que permite que un ciudadano pueda ejercer de periodista, pese a no estar formado para ello. El autoaprendizaje, el *do it yourself* y el acceso a las nuevas tecnologías lo hacen posible. El usuario ya no se conforma con reaccionar ante la información servida, ahora quiere tomar el protagonismo y convertirse él también en emisor (Salvat y Paniagua, 2007).

En 2004, Dan Gillmor, defensor principal de este movimiento, publicó un ensayo titulado *We the Media: Grassroots Journalism by the people, for the people* donde afirmaba que entramos en la era de un periodismo de base por y para el pueblo (Gillmor, 2006). El autor indica que estamos viviendo una metamorfosis profunda de las estructuras de los medios de comunicación, en progresiva descentralización y democratización. Esta participación activa de la audiencia definida como “*participatory culture*” (Jenkins et al., 2005), es el paso del ciudadano pasivo al activo, del “*consumer*” al “*prosumer*”.

En la línea de Gillmor, Farshad Zahedi defiende la capacidad democratizadora y popular de los medios sociales poniendo como ejemplo las revoluciones democráticas árabes y sitúa estos países al mismo nivel de desarrollo tecnológico que el resto del mundo:

“Los jóvenes nacidos en países del Magreb y en el Golfo Pérsico, como todos los jóvenes del resto del planeta, ya son capaces de representarse a sí mismos con un modo austero de producción formado por un móvil, un ordenador y una línea de Internet, y están allí en el centro del conflicto, antes de la llegada de los reporteros de la CNN, France Press y Al Jazeera” (Zahedi, 2014: 323).

Frente a la visión optimista y democratizadora de Gillmor y Zahedi, encontramos a Matthew Eltringham, editor del BBC College of Journalism. Siguiendo con el ejemplo de los países árabes, describe el uso de los medios sociales como protagonizado por las élites generalmente formadas en occidente, poco representativas del ciudadano de la calle, poniendo en duda así del carácter popular y democratizador del ciberactivismo (Eltringham, 2013). Esta tendencia es una clara alusión al *digital divide* o brecha digital, en la que el activismo en medios sociales se redefine pasando de la “Aldea Global” de McLuhan, a ser una aldea con limitaciones sociales, económicas y nacionales. Como indica Castells, nos encontramos en un proceso incluyente, pero a la vez excluyente, en función de las dinámicas de poder que se dan en cada contexto social o nacional (Castells, 2007).

La participación de la ciudadanía en los medios creando contenidos, con voluntad periodística o no, afecta de modo directo a diferentes campos del periodismo como la capacitación profesional del reportero, la labor con las fuentes de información, la estructura y organización de la empresa informativa o los géneros periodísticos (Macià Barber, 2007; Bowman y Willis, 2003; Gillmor, 2006; Zelizer y Allan, 2011).

La voluntad del ciudadano de participar en los medios de comunicación no es una novedad. Como antecedente del periodismo ciudadano debemos citar la interacción entre medios y público a través de los comentarios en las webs de los portales de medios informativos, o mediante las cartas del lector publicadas en los periódicos tradicionales años antes. Por ello se entiende el periodismo ciudadano como un paso más en la reivindicación del acceso de la ciudadanía a los medios de comunicación (Macià Barber, 2007). Nace como un afán del público de participar activamente en la conformación de la realidad que a diario realizan

los medios. Salvat y Paniagua explican el nacimiento del periodismo ciudadano como una reacción ante el estancamiento del periodismo tradicional:

“A las prácticas actualmente conocidas como periodismo ciudadano se puede haber llegado por la desconfianza de la audiencia ante un periodismo tradicional excesivamente canalizado desde fuentes profesionales que en buena medida marcan la agenda informativa, tanto diaria como a largo plazo” (Salvat y Paniagua, 2007: 244).

Pero estas prácticas de periodismo ciudadano no gozan del prestigio ni legitimidad del periodismo profesional, y como hemos visto la credibilidad es su mayor problema. Dan Gillmor, en una entrevista realizada por el periodista Francisco Apaolaza, afirmaba sobre la credibilidad periodística:

“Con el tiempo, aprenderemos a diferenciar cuáles son las fuentes y los sitios en los que podemos confiar y en los que no. Se trata de que se establezcan diferentes grados de confianza para los distintos medios que consultemos. Siempre nos podremos fiar más de unos que de otros. Va a ser complicado, pero ya encontraremos buenas maneras de comprobar esas informaciones” (Apaolaza, 2006).

De hecho la manipulación, los rumores y el anonimato en los perfiles suponen un freno para la credibilidad ante la difusión de una noticia falsa. Las noticias falsas han existido siempre y no son patrimonio de los medios sociales, el hundimiento del *Maine* y su publicación por William Randolph Hearst a finales del siglo XIX son un ejemplo destacado de *fake news* 106 años antes de la aparición de los social media (Spencer, 2007).

Pero la reaparición de las noticias falsas en la esfera pública estos últimos años ha ido acompañada de los medios sociales ya que han servido como plataforma de viralización de contenidos falsos, incrementado su desprestigio como fuente. Es a partir de entonces que se crean centros especializados en el *fact checking*, como FactCheck.org, First Draft News o CrossCheck, cuya misión es la verificación de datos ante posibles rumores o noticias falsas publicadas (Fernández-García, 2017).

A la aparición de noticias falsas se le ha añadido la injerencia política, un nuevo aspecto de desprestigio para los medios sociales. Consiste en el uso de medios sociales por una parte interesada en un conflicto, para desestabilizar a la parte contraria. Han sido destacados los casos de injerencia política desde Rusia en las elecciones norteamericanas a favor de Trump o el Brexit. Si bien no se han demostrado la injerencia a través de *bots* y *trolls*, sí es cierto que las informaciones al respecto han contribuido a deslegitimar a los medios sociales (Fernández-García, 2017; Howard et al., 2017).

Y ¿cómo se posicionan los periodistas ante este fenómeno? Cuando la información llega de fuentes *amateurs*, ya sea con voluntad de ser periodistas o simplemente de difundir información vía medios sociales, encontramos diferentes tendencias. Basándonos en la clasificación de Hedman y Djerf-Pierre (2013) sobre el posicionamiento del periodista ante los medios sociales, podemos establecer tres categorías:

- El escéptico: con poca representación, esta tendencia defiende que el periodismo ciudadano y la información difundida vía medios sociales no es periodismo, no tiene ni el rigor ni la profesionalidad exigida. De Pablos advierte del peligro que comporta hacer periodismo sin periodistas, hecho que puede acabar con el fin de la profesión (De Pablos, 2006).
- El entusiasta: enmarcado en el concepto de democracia digital (Martínez y Madariaga, 2005) o democracia deliberativa (Habermas, 1994). El ciudadano publica de manera libre e independiente y es un medio de comunicación per se. Es la alternativa al periodismo tradicional, deslegitimado y alejado de la sociedad por la concentración mediática en grandes corporaciones. (Bowman y Willis, 2003; Gillmor, 2006).
- Pragmático: el periodismo tradicional tiene que acercarse a la sociedad abriendo canales de colaboración con el periodismo ciudadano, los medios sociales y los contenidos generados por usuarios, pero enmarcados dentro de un medio de comunicación, que seleccione e interprete la realidad periodística siguiendo criterios profesionales. Es la tendencia mayoritaria. (Hermida, 2013; Maciá Barber, 2007; Salvat y

Paniagua, 2007).

En la presente investigación estudiamos a los social media como fuente de información, por lo que nos situamos en la corriente pragmática. No negamos el poder informativo de los *social media*, pero tampoco consideramos su contenido como periodismo por sí sólo como defiende el periodismo ciudadano. Su contenido toma valor cuando se enmarca dentro de un medio de comunicación, considerándolo entonces como fuente de información, no como medio de comunicación. Según Hermida, es necesaria una relación entre los *social media* y el periodista como profesional, para construir informaciones representativas de la realidad, autenticando, interpretando y contextualizando la información:

*“The aim is to provide a basis for further research into the interplay between social media and the central construct of the journalist as the verifier of information, in particular the effect of an iterative and collaborative approach on accuracy and credibility”* (Hermida, 2012: 665).

Por último, abordamos el debate que ha conllevado la llegada de los medios sociales respecto al periodismo internacional. Las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, han supuesto una cierta revolución en el modo de trabajar del corresponsal, como lo fueron en su momento otras novedades tecnológicas en el campo de la comunicación, como el teléfono, el fax o el teléfono móvil. Como todo cambio importante ha suscitado debate, con defensores y detractores, para finalmente ser aceptados como una herramienta de trabajo más.

En el caso de las TIC, sus defensores pueden llegar a sugerir que los corresponsales no serían necesarios y que la información es instantánea y accesible desde cualquier rincón del mundo. En este sentido Bruno habla del efecto Twitter:

*“The Twitter effect is not only changing the way in which people communicate during crisis events, but also how big news organizations cover them. If the CNN effect required your own correspondents being on the ground in order to broadcast live footage, then the Twitter effect allows you to*

*provide live coverage without any reporters on the ground, by simply newsgathering user-generated content available online” (Bruno, 2011: 8).*

Pero esta afirmación de Bruno deja de lado el valor añadido de las relaciones interpersonales que se establecen entre periodista y fuente, y entre corresponsal y audiencia, donde encontramos valores culturales, credibilidad o empatía, por ejemplo. Sin corresponsal se puede correr el riesgo de reproducir la información cayendo en la pseudofuente y el pseudoperiodismo definido por De Pablos al referirse a las fuentes mudas (De Pablos, 2006). Volvemos al debate sobre la función primaria del corresponsal, que consiste en estar presente en la calle y observar en primera persona el hecho noticiable.

La tendencia actual sugiere la colaboración entre el corresponsal y las nuevas fuentes de información. En este sentido, no se entiende el uso de medios sociales como fuente sin la participación del profesional en el proceso, a modo que cabe destacar:

*“The increasingly important role of foreign correspondents as ‘sense makers’ within the huge tide of information available. While foreign journalists have to a large extent always fulfilled this function, they appear more needed than ever in a deeply interdependent world” (Archetti, 2012: 847).*

En esta misma línea, Richard Sambrook, director del Centre for Journalism de la Cardiff University y antiguo director de la BBC Global News, defiende la importancia del corresponsal, pero lo sitúa en la actual época de transición, a la cual tendrá que enfrentarse con el reto de adaptarse. Según Sambrook:

*“Social media are leading, supplementing and complementing what professional news organisations offer, providing fresh source material for reporters, but also competing with them for public attention” (Sambrook, 2010: 2).*



Para afrontar dicho reto Sambrook (2010) propone tres reglas básicas:

- Cobertura de las noticias y eventos en directo
- Buen posicionamiento y experiencia para analizar en profundidad
- La incorporación y verificación de otras fuentes de información

En resumen podemos argumentar que si bien el “*Twitter effect*” puede llegar a suponer una teórica amenaza para el corresponsal, en la práctica, tras las investigaciones realizadas, entendemos que no existe una relación directa entre el uso de medios sociales y la presencia de periodista desplazado. Se trata de dos rutinas periodísticas diferenciadas, que coinciden en su objetivo principal, que consiste en recopilar información. Mientras el corresponsal lo hace de primera mano, los medios sociales son una fuente indirecta. Si bien pueden coexistir, el periodista sobre el terreno siempre será más valorado que una fuente encontrada y muda como un *tweet*. El periodista sobre el terreno tiene más capacidad de interpretar información.



## 4. MARCO METODOLÓGICO

### 4.1. Antecedentes metodológicos

Iniciaremos la revisión metodológica en investigaciones previas con aquellos estudios que han destacado en las últimas décadas, para luego centrarnos en las últimas tendencias metodológicas de investigaciones recientes sobre fuentes de información y periodismo internacional.

Como punto de partida para la investigación de fuentes en el campo de la información internacional cabe destacar la obra realizada para la UNESCO por Stevenson y Shaw: *Las noticias internacionales y el nuevo orden de la información mundial* (Stevenson y Shaw, 1985). Metodológicamente cuantitativa, se trata de un análisis de contenido de tipo comparativo, mediante el cual se compara la noticia con su fuente para establecer el impacto de la fuente en la noticia. Dos décadas más tarde, Redondo actualiza la investigación de fuentes incorporando Internet. Se basa en la metodología de Stevenson y Shaw para su tesis “Internet como fuente de información en el Periodismo Internacional” (Redondo, 2005). Ambas investigaciones son de perfil cuantitativo basadas en análisis de contenido.

Por otro lado cabe destacar, como estudio sobre periodismo internacional centrado en la producción de la noticia, el trabajo de Morrison y Tumber (1985) sobre las fuentes utilizadas por los corresponsales en Londres, un trabajo que, años más tarde, ha sido actualizado por Archetti en el artículo “Which Future for Foreign Correspondence?” (Archetti, 2012), mediante la técnica de la entrevista a 25 corresponsales. En ambos estudios las fuentes de información son parte del objeto de estudio.

Entre los estudios cuantitativos sobre fuentes de Stevenson y Shaw y Redondo, y los estudios cualitativos de Morrison y Tumber y Archetti, encontramos investigaciones que tratan sobre periodismo internacional basadas en la encuesta como metodología. Destaca la obra de Tunstall, *Journalists at Work; Specialists Correspondents* (1974), o el trabajo de Nair (1991), quien analizó el rol de los corresponsales extranjeros destinados en Washington. Referencia

imprescindible es la obra de Hess, *International News & Foreign Correspondents* (1996), que analiza los corresponsales en el extranjero que trabajan para medios norteamericanos, su relación con la opinión pública estadounidense y la política internacional de la Casa Blanca. En esta misma línea de investigación encontramos la obra de Tulloch (2004) *Corresponsales en el extranjero: mito y realidad*, en la que se analizan las fuentes más usadas por los corresponsales españoles de prensa, también mediante la técnica de la encuesta.

Por lo que respecta a las últimas tendencias metodológicas en investigaciones recientes que tratan sobre fuentes en el periodismo internacional y sobre *social media* como fuente, encontramos estudios de caso centrados en prensa y televisión. Como metodología predominante encontramos la técnica cualitativa de la entrevista en profundidad, dado que el objeto de estudio son periodistas y corresponsales. (Archetti, 2012; Diakopoulos, De Choudhury y Naaman, 2012; Jha, 2008; Newman, 2009)

Por otro lado encontramos una tendencia metodológica destacada donde predomina el análisis de contenido de tipo cuantitativo. Este tipo de análisis se aplica en investigaciones centradas en los *social media*, pero no siempre como fuente de información, también como canal de difusión, por lo que analizan el medio y el mensaje. Como objeto de estudio destaca de manera sobresaliente Twitter. Dentro de esta tendencia es interesante como cada investigación desarrolla su propia técnica de recogida y análisis de datos. Entre ellas destacan las investigaciones sobre Primavera Árabe (Hermida, 2012; Lotan et al., 2011). También tiene una presencia significativa el análisis de contenido cuantitativo en las investigaciones sobre fuentes de información en medios tradicionales (Kristensen y Mortensen, 2013; Van Leuven et al., 2013).

Finalmente encontramos de nuevo la encuesta como técnica de investigación en recientes estudios que analizan la relación entre periodistas y medios sociales. Destaca el estudio Cision, sobre periodistas estadounidenses (Cision, 2017) y la investigación *II Sondeo Janssen Observer Periodistas y Redes Sociales*, elaborado por Janssen Observer en colaboración con la Federación de Asociaciones de Periodistas de España – FAPE (Janssen Observer, 2017).

## 4.2. Triangulación metodológica

Dentro de las tres perspectivas en las que se enmarcan las teorías de la comunicación, la funcionalista, la interpretativa y la crítica, nuestro estudio tiene un carácter marcadamente interpretativo por lo que metodológicamente es coherente la utilización de técnicas cualitativas. Si bien no se trata de una investigación exclusivamente cualitativa, combinaremos técnicas cualitativas y cuantitativas, combinación que académicamente conocemos como triangulación metodológica (Denzin, 1970).

Esta elección no viene determinada por una preferencia del investigador hacia la metodología cualitativa, sino que tras la revisión de la metodología en estudios precedentes, hemos observado que las técnicas cualitativas elegidas para nuestra investigación son adecuadas para responder a nuestras preguntas de investigación y alcanzar los objetivos planteados (Silverman, 2009). En este sentido, Ruiz Olabuénaga apuesta por la investigación cualitativa para llevar el proceso a cabo:

“Cuando un investigador pretende entrar dentro del proceso de construcción social, reconstruyendo los conceptos y acciones de la situación estudiada, describiendo y comprendiendo los medios detallados a través de los cuales los sujetos se embarcan en acciones significativas y crean un mundo propio suyo y de los demás, conociendo cómo se crea la estructura básica de la experiencia, su significado y mantenimiento y su participación, todo ello, a través del lenguaje y otras construcciones simbólicas, utilizará el estilo de investigación cualitativo” (Ruiz Olabuénaga et al., 1998: 44).

Muestra del carácter cualitativo del presente proyecto de investigación, es la presentación de preguntas de investigación, descartando la formulación de hipótesis. Esta elección viene dada por tratarse de una investigación inductiva en la cual el investigador se plantea preguntas para conseguir sus objetivos, es decir, no deducimos respuestas a nuestras preguntas, característica más propia de investigaciones cuantitativas enmarcadas en paradigmas funcionalistas.

Por otro lado, pretendemos dotar a la investigación de cierta flexibilidad que nos ha permitido adecuarnos a los cambios que han ido surgiendo fruto del avance y el desarrollo del estudio. En este sentido Marshall y Rossman afirman:

*“The proposal should reserve the flexibility that is the hallmark of qualitative methods. (...) Focusing the study and posing general research questions are best addressed in a developmental manner, relying on discussions of related literature to help frame and refine the specific topic. Often, the primary research goal is to discover those very questions that are most probing and insightful. Most likely, the relevant concepts will be developed during the research process”* (Marshall y Rossman, 1999: 38).

#### a) Análisis de contenido

En el artículo “Foreign reporting and sourcing practices in the network sphere: A quantitative content analysis of the Arab Spring in Belgian news media” (Van Leuven et al., 2013), los autores proponen complementar su análisis de contenido cuantitativo con métodos cualitativos:

*“This article took a quantitative approach to sourcing practices at traditional news organizations. (...) It does, however, not tell us much about the content provided by social media sources. (...) Qualitative research on social media sources could, here, complement our results and reveal insights with respect to ‘global’ perspectives”* (Van Leuven et al., 2013: 15).

En la presente tesis seguimos la recomendación de Van Leuven, Heinrich y Deprez, complementando el análisis de contenido cuantitativo, con una interpretación cualitativa de los datos obtenidos.

Para poder identificar, clasificar las fuentes de información utilizadas en la elaboración de noticias recurriremos a la técnica de análisis de contenido. La selección de piezas informativas se ha realizado mediante el acceso a los portales web de cada cadena:

- BBC: <http://www.bbc.com/news/worldradioandtv>
- CNN Internacional: <http://edition.cnn.com/videos>
- Al Jazeera English: <https://www.aljazeera.com/news>
- TV3: <http://www.ccma.cat/tv3/alcarta>



Figura 11: archivo de noticias en la web de las cadenas de televisión (elaboración propia)

La búsqueda se realizó mediante las palabras clave en inglés “Egypt”, “Ukraine” y “Venezuela”, en los respectivos portales. En el caso de TV3 la palabra clave utilizada fue “Egipte” (Egipto en catalán). Esta búsqueda poco acotada proporcionó miles de noticias relacionadas con cada conflicto. El objetivo de la acotación poco limitada es una preferencia del investigador para poder trabajar con todos los resultados existentes y así poder seleccionar aquellos adecuados a la muestra. De lo contrario, restringir la búsqueda con combinaciones de palabras clave dejaba la selección de la muestra a disposición de los algoritmos de los motores de búsqueda de los respectivos portales.

Con el fin de limitar los parámetros de la muestra descartamos reportajes especiales u otro tipo de pieza que no se emita dentro de los informativos. Cabe destacar que la obtención de la muestra a

través de los canales online de las respectivas cadenas, conlleva la limitación de visionar las piezas informativas aisladas, sin la presentación introductoria del periodista desde el plató. La selección de la muestra, dentro del diseño metodológico, es no probabilística e intencional o dirigida, puesto que no es aleatoria y se ha escogido siguiendo unos criterios de selección (Ruiz-Olabuénaga et al., 1998).

El diseño de la base de datos nos permite no necesitar coeficientes de similitud entre codificadores, ya que los ítems a codificar, en este caso fuentes de información, son fácilmente identificables por el investigador. Partiendo de una clasificación de fuentes basada en investigaciones previas (Elena y Tulloch, 2017; Kristensen y Mortensen, 2013; Tulloch, 2004; Van-Leuven et al., 2013), las fuentes de información se han incluido solo si son citadas, o bien por el periodista, o bien mediante imágenes o sobreimpresión de grafismo.

En la siguiente clasificación cabe recordar un aspecto ya comentado en el desarrollo del objeto de estudio. Dentro del apartado “medios sociales” encontraremos fuentes de información cuya procedencia se puede considerar oficial, como por ejemplo informaciones extraídas de perfiles de medios sociales de personajes públicos, políticos, medios de comunicación o instituciones. Se trata de las fuentes 2.O, con letra O de oficial (Vinader y De-la-Cuadra, 2012), son fuentes oficiales que vienen canalizadas a través de medios no oficiales como son los medios sociales, es por ello que los englobamos dentro de la categoría “no oficial”.



<b>OFICIALES</b>	<b>OFICIALES</b>	Gobierno	
		Oposición	
		Institución Internacional	
		Experto	
<b>NO OFICIALES</b>	<b>OFICIALES MEDIADAS</b>	ONG/Empresa	
		Medio Tradicional	
	Agencia		
	Periodista		
	<b>MEDIOS SOCIALES</b>	<b>NO OFICIALES</b>	Activista
			Ciudadano
			UGC
			Twitter
			YouTube
			Facebook/Instagram
Weblog			

*Tabla 2: Clasificación fuentes de información (elaboración propia)*

El objetivo de este análisis de contenido en una primera etapa es identificar fuentes de información para luego realizar un sumatorio en el cual ordenaremos las diferentes tipologías de fuentes identificadas para obtener resultados acordes con los objetivos planteados. De este modo, la primera etapa del análisis de contenido es cuantitativa, mediante un modelo estadístico simple que nos permite responder a nuestra primera y segunda pregunta de investigación (PI1 y PI2).

No necesitamos instrumentos estadísticos complejos ya que no pretendemos extrapolar los resultados de nuestra muestra a un universo más amplio, ni generalizar comportamientos de interacción entre variables. Por ello no buscamos establecer valoraciones estadísticamente significativas. Entendemos que cada fuente es utilizada por el periodista según sus rutinas profesionales y su elección se ajusta a las necesidades de cada noticia. De este modo descartamos como objetivo de nuestro análisis de contenido establecer correlaciones estadísticas.

En una segunda etapa del análisis de contenido realizamos la interpretación cualitativa de los resultados. En esta etapa entran en juego los conocimientos adquiridos por el investigador respecto a

las cadenas y a los conflictos analizados para interpretar los resultados. A parte de conocer qué fuentes se han utilizado y en qué porcentaje (PI1 y PI2) nos adentramos a preguntarnos qué tipo de información proporcionan, por quién y cuándo. Para ello entraran en juego otras variables presentes en el análisis de contenido como la temática de la noticia, la fecha, la duración o la presencia de periodista sobre el terreno. De este modo daremos respuesta a nuestra segunda y tercera pregunta de investigación (PI2 y PI3).

Con el test metodológico realizado sobre la cobertura de TV3 en Egipto, se ha corroborado que la clasificación de fuentes y la codificación planteada en la base de datos funcionan correctamente y dan respuesta a nuestras preguntas de investigación. Por ello hemos aplicado la misma metodología al estudio que engloba Al Jazeera English, BBC y CNN, en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. En el anexo de la presente tesis se pueden consultar ambos artículos publicados (*ver anexo págs. 127 y 141*):

Elena, M. y Tulloch, C.D. (2017). Los social media como fuente de información en la cobertura de conflictos internacionales. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la Televisión de Cataluña en la Primavera Árabe egipcia. *Hipertext.net* 15, 46-56.

Elena, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. Al-Jazeera English, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. *Trípodos* 43.

## b) La entrevista semiestructurada

En nuestra investigación sobre las fuentes utilizadas por los periodistas de la sección internacional en sus rutinas profesionales, recurrimos a técnicas cualitativas como la entrevista individual semiestructurada (Festinger, 1992; Guber, 2001; Ruiz Olabuénaga et al., 1998).

“La entrevista en profundidad no es otra cosa que una técnica de obtener información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales. Es, en definitiva, una técnica para obtener que un individuo/s transmita/n al investigador su definición personal de la situación” (Ruiz Olabuénaga et al., 1998: 76).

Al investigar sobre fuentes utilizadas por los periodistas de la sección internacional de las cadenas de televisión seleccionadas, la entrevista emerge como una técnica adecuada, ya que los informativos de televisión, a diferencia de la prensa escrita, se caracterizan por citar poco a las fuentes, dada la inmediatez y el tiempo limitado del que dispone el periodista para informar.

Prestaremos especial interés en los puntos débiles de la técnica escogida, para ser conscientes de ellos durante las entrevistas. Un ejemplo es la tendencia del entrevistado a narrar lo que le gustaría haber hecho y no lo que en realidad hizo (Berger, 1998; Redondo, 2007). Pero la principal dificultad la encontramos al tratar sobre las fuentes. Pollock advierte sobre esta problemática del investigador, a la pregunta “¿dónde consigues tu información?”, la respuesta puede ser dada con desgana (Pollock, 1981), por lo que el cuestionario de la entrevista tendrá en cuenta estos aspectos.

Nuestro objeto de estudio son las noticias redactadas por periodistas de la sección internacional de sus respectivos medios, pero como trabajadores que son, rinden cuentas a la cadena para la que trabajan. Por ello complementaremos las entrevistas a los periodistas con entrevistas a los responsables de la sección de Internacional de las respectivas cadenas.

Entrevistar a corresponsales y a los responsables de la sección internacional de las respectivas cadenas es fruto de la interpretación individual y colectiva mediante la cual se construye la realidad periodística ya que el trabajo del corresponsal no está aislado del medio para el que trabaja (Tuchman, 1978).

La estructura de las entrevistas a los periodistas seguirá la línea planteada en las preguntas de investigación, las cuales se desarrollarán posteriormente en un cuestionario (*ver anexo pág. 177*):

- ¿Qué fuentes de información utiliza?
- ¿Porqué utiliza una determinada fuente y cuándo la utiliza?
- ¿Qué influencia tienen las nuevas fuentes en relación a las fuentes tradicionales en la producción de la noticia?
- ¿Existe jerarquía en función de la procedencia de las fuentes que utiliza, o su valor viene determinado por la información y no por la procedencia?

Por otro lado, las entrevistas realizadas a los responsables de la sección internacional indagarán en los siguientes aspectos, los cuales se desarrollarán posteriormente en un cuestionario (*ver anexo pág 178*):

- ¿En qué medida el corresponsal recibe directrices desde la redacción?
- ¿El corresponsal tiene total libertad para escoger sus fuentes?
- ¿Existe un posicionamiento oficial desde la redacción ante las fuentes de información procedentes de *social media*?
- ¿Se valoran de igual manera las fuentes utilizadas por el corresponsal o se valoran jerárquicamente en función de su procedencia?

Dada la envergadura internacional de la presente investigación, se ha realizado un test metodológico con TV3, la televisión pública catalana, como objeto de estudio. En dicho test se ha podido aplicar la técnica de la entrevista semiestructurada con éxito, realizando entrevistas al responsable de la sección Internacional, Xesco Reverter, al corresponsal en Oriente Medio entre el 2009 y el 2015, Albert Elfa y al periodista de la sección Internacional Joan Roura, especializado en Oriente Medio. Los resultados de aplicar esta técnica los podemos ver en el artículo publicado presente en el anexo de esta tesis (*ver anexo pág. 127*):

Elena, M. y Tulloch, C.D. (2017). Los social media como fuente de información en la cobertura de conflictos internacionales. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la Televisión de Cataluña en la Primavera Árabe egipcia. *Hipertext.net* 15, 46-56.

Por otro lado, cabe destacar como limitación de la presente tesis, que dicha técnica no ha sido posible aplicarla al resto de cadenas de televisión que conforman nuestro objeto de estudio (Al Jazeera English, BBC World News y CNN Internacional). En este sentido los intentos por contactar tanto con periodistas como con responsables de las cadenas no han obtenido respuesta.

Si bien las entrevistas con periodistas y responsables de internacional de las tres cadenas internacionales seleccionadas nos hubiesen reportado unos datos valiosos para incorporar a nuestros resultados, es interesante destacar que en el test metodológico, en el cual si que se llevaron a cabo las entrevistas, los resultados de las entrevistas y del análisis de contenido eran coincidentes.

### c) *Framing*

La teoría del *framing* define un contexto o marco de interpretación por el cual el objeto de estudio se detiene en unos aspectos de la realidad y desestima otros. Tiene sus raíces en la psicología de Bateson (1972) y la sociología interpretativa de Goffman (1986), y se ha adaptado a la investigación en comunicación a partir de Tuchman (1978). Los marcos de referencia generados por los medios, concretamente los informativos, según Tuchman se construyen mediante una interpretación de la realidad a partir de los marcos individuales del periodista y los marcos colectivos de la organización para la que trabaja (Tuchman, 1978).

Según Berger y Luckman, los esquemas generados por los medios, socialmente reconocidos y legitimados, son una parte fundamental de la construcción social de la realidad (Berger y Luckmann, 1968). El reconocimiento de los medios de comunicación como generadores de esquemas, o marcos públicos de referencia, nos

ayudara a identificar el posicionamiento de las cadenas analizadas ante los movimientos sociales.

Al analizar el posicionamiento de dos cadenas, entendemos que cada cadena genera sus propios esquemas y que estos son creados fruto de una interpretación individual y colectiva de los hechos. En la interpretación individual queda implícita la subjetividad del periodista, desestimando el paradigma objetivista del positivismo en la creación de noticias. Pero también es importante la interpretación colectiva, donde la línea editorial de cada cadena puede acabar conformando cómo se enfoca la realidad representada.

Por otro lado, la formación del investigador en los patrones culturales denominados occidentales, hace necesario un acercamiento comparativo a Al Jazeera, con un marco referencial panarabista y musulmán, no compartido por el autor. Mediante un análisis comparativo entre una cadena occidental como la CNN, culturalmente cercana, y una oriental como Al Jazeera, podremos identificar cuáles son los esquemas mediáticos y culturales compartidos y cuáles son divergentes. En este sentido la teoría del *framing* nos permitirá cumplir el doble objetivo de conocer el posicionamiento de las cadenas de televisión frente a los movimientos sociales, y un acercamiento a la cadena Al Jazeera, para analizarla con mayor profundidad.

Dentro de los estudios de *framing* encontramos una tendencia que se centra en los movimientos sociales. En este sentido, dicha teoría nos ha servido para estudiar la relación entre movimientos sociales y medios de comunicación. Esta tendencia analiza cómo ciertos marcos referenciales individuales, pasan a ser sociales integrando nuevos miembros y construyendo de este modo un movimiento social. En este contexto, los medios de comunicación actúan como legitimadores o deslegitimadores de los marcos de referencia creados por los movimientos sociales (Altheide, 1997; Sábada, 2001).

En nuestro caso, identificaremos aquellos marcos referenciales generados por las cadenas analizadas para representar a los movimientos sociales sobre los cuales informan. Es decir, en qué aspectos se detienen y cuáles desestiman de la realidad sobre la que informan. Dicho análisis si es realizado siguiendo las pautas

estandarizadas gracias a Tankard (1991), Graber (1989) o Entman (1991; 1993), puede ser replicable en nuevas investigaciones, por lo que resulta efectivo como técnica de investigación.

“Encuadrar es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más prominentes en un texto comunicativo, de manera que promuevan definiciones particulares de los problemas, interpretaciones causales, evaluaciones morales y/o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito” (Entman, 1993: 52).

A partir de la definición de *frame* de Entman, hemos agrupado los *frames* dominantes detectados en “definición del problema”, “interpretación causal”, “evaluación moral” y “posibles soluciones”. Para identificar los distintos *frames*, en nuestra investigación metodológicamente recurriremos a un análisis de contenido de tipo cualitativo. Mediante un análisis de las noticias seleccionadas, organizaremos el contenido en diferentes categorías predefinidas, teniendo en cuenta frecuencia, énfasis, selección o exclusión, pero también valoraremos el contexto y el emisor entre otros aspectos.

Nos adaptaremos al modelo metodológico *bottom-up*, según el cual, tras la recogida de información previa, la revisión documental existente y el análisis de la muestra, identificaremos un conjunto de *frames* preliminares. A partir de los *frames* preliminares procederemos a la construcción de los *frames* dominantes, cada uno de ellos con sus propios indicadores característicos.

La teoría del *framing* aplicada al posicionamiento de Al Jazeera y la CNN frente a los movimientos sociales en la Primavera Árabe egipcia, lo podemos consultar en el siguiente artículo publicado presente en el anexo de la tesis (*ver anexo pág. 113*):

Elena, M. (2016). **Framing** international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi . *Communication & Society* 29(3), 119-131.

## 4.3 Marco Temporal

El marco temporal de la presente tesis ha ido evolucionando durante la investigación fruto de su naturaleza cualitativa. Tal y como aconsejan Marshall y Rossman se ha ido adaptando con flexibilidad a los cambios surgidos en el proceso (Marshall y Rossman, 1999). El punto de partida es la Primavera Árabe en Egipto, iniciada en enero del 2011. Como hemos visto en el apartado objeto de estudio, se trata del movimiento social más destacado con presencia de medios sociales de los últimos años.

Una vez focalizados en este conflicto, llevamos a cabo el primer estudio, que forma parte del test metodológico para validar las técnicas de investigación escogidas. Se trata del análisis de medios sociales como fuente de información en la cobertura de la Primavera Árabe en Egipto. En este caso concreto el marco temporal abarca desde el inicio del conflicto (enero del 2011), hasta el 2017, fecha de publicación del artículo presente en el anexo de la tesis (*ver anexo pág. 127*):

Elena, M. y Tulloch, C.D. (2017). Los social media como fuente de información en la cobertura de conflictos internacionales. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la Televisión de Cataluña en la **Primavera Árabe egipcia**. *Hipertext.net* 15, 46-56.

Ante este escenario, profundizamos sobre la segunda etapa de la Primavera Árabe egipcia con el análisis de *framing* centrado en la caída de Morsi. En el estudio se observa cómo ya no se trata de una revolución promovida por movimientos sociales, sino que se constata una recuperación del poder por parte de las elites dirigentes bajo el control militar de Al Sisi. En el anexo de la presente tesis se encuentra el siguiente artículo publicado (*ver anexo pág. 113*):

Elena, M. (2016). Framing international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in **the fall of Morsi**. *Communication & Society* 29(3), 119-131.



Es a partir de entonces que identificamos como objeto de estudio para el análisis de medios sociales como fuente de información el caso de Egipto en sus inicios. Durante el desarrollo del conflicto los movimientos sociales van perdiendo peso paulatinamente por la represión del gobierno militar, alejándose así de los objetivos planteados en la investigación.

Por ello ampliamos el objeto de estudio a nuevos conflictos protagonizados por movimientos sociales, con el fin de obtener unos resultados evaluables en un periodo prolongado de tiempo y no de forma estática. Por otro lado, la incorporación de nuevos conflictos nos permite obtener unos resultados más cercanos y actuales en el tiempo a la publicación de la tesis. El caso de Egipto continua formando parte como conflicto principal, pero reduciendo su marco temporal a los inicios de las movilizaciones (Enero 2011).

Entre el 2011 y la finalización de la presente investigación encontramos conflictos relevantes protagonizados por movimientos sociales en Ucrania 2013 y Venezuela 2017. Entre todos ellos hay una separación de siete años, tiempo suficiente para evaluar un supuesto crecimiento, estancamiento o decrecimiento en el uso de medios sociales como fuente de información en la cobertura de conflictos internacionales protagonizados por movimientos sociales. De este modo podemos establecer que el marco temporal de la presente tesis doctoral abarca del año 2011 al año 2017.

Una vez seleccionados los conflictos, delimitamos la muestra a 30 piezas por cadena y por conflicto, dado que una delimitación temporal no permitía obtener una muestra comparable, ya que cada conflicto ocupó un espacio más o menos prolongado en la agenda informativa de cada cadena. Mientras la producción informativa de Egipto alcanzó la treintena de noticias en apenas una semana, en Ucrania fueron dos semanas y en Venezuela necesitamos tres meses para llegar a sumar 30 noticias.

De este modo obtenemos la muestra de nuestro análisis de contenido. Son las 30 primeras noticias emitidas por las cadenas analizadas referentes a cada uno de los tres conflictos. Es decir, 90 noticias por conflicto, sumando un total de 270 piezas analizadas.

La elección de las 30 primeras noticias emitidas, viene dada tras valorar los resultados obtenidos en el test metodológico. En nuestro test, donde el marco temporal abarca el periodo 2011 – 2017, hemos observado una mayor variedad de fuentes en los inicios del conflicto. Por la novedad del mismo, por la necesidad del medio de definir a los nuevos actores y también por la necesidad movilizadora de los movimientos sociales. Una vez se consolida la movilización observamos en nuestro test cómo la presencia de los medios sociales como fuente tiende a descender.

En el anexo de la presente tesis podemos encontrar el siguiente artículo publicado, con la investigación de conflictos internacionales protagonizados por movimientos sociales con el marco temporal comprendido entre el 2011 y el 2017 (*ver anexo pág. 141*):

Elena, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. Al-Jazeera English, BBC y CNN en Egipto **2011**, Ucrania **2013** y Venezuela **2017**. *Trípodos* 43.

## 5. RESULTADOS

Los resultados de la presente tesis los podemos observar en las publicaciones derivadas de nuestra investigación, presentes en el anexo. En este capítulo procedemos a una puesta en común y resumen de los resultados obtenidos en las diferentes publicaciones, con la finalidad de organizarlos para tener una visión global.

### 5.1. Artículo 1: Los medios sociales como fuente de información para corresponsales en el extranjero. Aproximación al estado de la cuestión

Para entender los resultados obtenidos es necesario conocer el punto de partida de la investigación. Gracias al estado de la cuestión publicado en la revista *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, bajo el título “Los medios sociales como fuente de información para corresponsales en el extranjero. Aproximación al estado de la cuestión”, podemos observar que los medios sociales tienen poca presencia como fuente de información y que esta poca presencia está directamente relacionada por la desconfianza hacia ellos por parte de los profesionales de la información (Al Maskati, 2012; Elena y Gómez Nadal, 2016; Flores y Aguado, 2006; Kristensen y Mortensen, 2013; Tulloch, 2010; Van Leuven, Heinrich y Deprez, 2013; Verweij y van Noort, 2014). La dificultad de contrastar y verificar dichas fuentes se convierte en el mayor obstáculo para su uso. De este modo obtenemos una primera orientación sobre los resultados de investigaciones previas directamente relacionados con nuestras preguntas de investigación.

## 5.2. Artículo 2: Framing international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi

Como hemos visto a lo largo de la tesis, tanto en la introducción como en el objeto de estudio, tras el estado de la cuestión, encaminamos nuestro estudio hacia la información internacional y los movimientos sociales, descartando otras tendencias en auge como el análisis de los medios sociales en contextos de emergencias y crisis (Belair-Gagnon, 2015; Bruno, 2011; Noguera y Correyero, 2008; Pont-Sorribes, Suau-Gomila y Percastre-Mendizabal, 2017; Westerman, Spence y Van Der Heide, 2014). Fruto de esta elección es la publicación “Framing international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi”, en la revista *Communication & Society*, en la que profundizamos en la relación entre medios de comunicación internacionales y movimientos sociales como objeto de estudio.

En los resultados vemos como los movimientos sociales son una temática prioritaria para las cadenas de televisión analizadas. El estudio nos permite profundizar en la CNN y Al Jazeera, obteniendo de este modo el posicionamiento de dos referentes informativos a nivel internacional. Por un lado, Al Jazeera presenta una cobertura equilibrada, dando voz a ambas partes en conflicto y muestra una posición cercana a los movimientos sociales, coincidiendo con Hale:

“Al Jazeera no sólo llegó a abarcar prácticamente todo el mundo árabe en su cobertura durante la década del 2000, también elaboró a través de su política editorial un marco específico favorable al árabe de la calle, en pie contra los regímenes corruptos y no representativos, un marco que luego se impuso durante la cobertura de los levantamientos árabes del 2011” (Hale, 2013: 340).

De otra parte encontramos que la CNN presenta una postura más oficialista, en la que destaca la necesidad de orden y estabilidad ante los errores cometidos por las fuerzas políticas apoyadas por los movimientos sociales.

### 5.3. Artículo 3: Los social media como fuente de información en la cobertura de conflictos internacionales. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la Televisión de Cataluña en la Primavera Árabe egipcia

Tras el estado de la cuestión y el análisis sobre el posicionamiento de medios internacionales frente a movimientos sociales, iniciamos el estudio central de la tesis con el test metodológico publicado en la revista *Hipertext.net*, bajo el título “Los social media como fuente de información en la cobertura de conflictos internacionales. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la Televisión de Cataluña en la Primavera Árabe egipcia”. Esta publicación nos brinda las primeras respuestas a las preguntas de investigación, cumpliendo así con los objetivos planteados en la investigación.

Los resultados del test metodológico reafirman los datos obtenidos en el estado de la cuestión sobre la poca presencia de los medios sociales como fuente, ya que no llegan al 5% de la muestra analizada. El responsable de la sección internacional de TV3 los define como “un complemento muy útil y necesario que no se puede ignorar pero no puede ser la fuente primaria” (Elena y Tulloch, 2017:52). Obtenemos así respuesta a la PI1: ¿Qué fuentes de información se utilizan en las noticias internacionales protagonizadas por movimientos sociales? y a la PI2: ¿Qué presencia tienen las fuentes de información procedentes de medios sociales en la producción de la noticia televisiva internacional y qué información proporcionan?

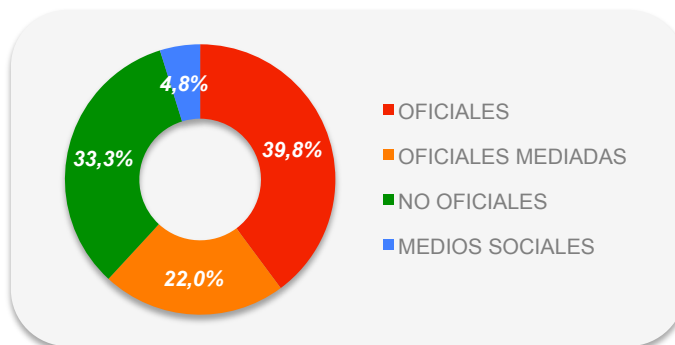


Figura 12. Clasificación fuentes de información TV3.  
(elaboración propia)

Su poco uso viene determinado por la dificultad de ser verificados, siguiendo los resultados obtenidos en el estado de la cuestión. Además, un medio como TV3 tiene capacidades limitadas para afrontar la verificación, por lo que sale a la luz el concepto *metasourcing* (Kristensen y Mortensen, 2013), también citado en el estado de la cuestión. Cuando los periodistas de TV3 afirman recurrir a medios sociales como fuente, lo hacen si estos han pasado por el filtro de una agencia. De este modo, el papel de los medios sociales como fuente es utilizado para unos objetivos concretos y determinados, como por ejemplo contactar con otras fuentes o monitorizar a otros medios, dando respuesta a la Pregunta de Investigación 2: ¿Qué presencia tienen las fuentes de información procedentes de medios sociales en la producción de la noticia televisiva internacional y qué información proporcionan?

El test a parte de contar con un análisis de contenido, también se sirvió de entrevistas semiestructuradas a los periodistas y al responsable de la sección internacional. Aquí es interesante remarcar que los resultados de ambas metodologías fueron coincidentes, situando al ciudadano, la voz de la calle, como fuente de información más citada y más valorada. Esta preferencia, coincidente con Al Jazeera, se explica por la naturaleza del conflicto analizado. Al tratarse de un hecho noticiable protagonizado por movimientos sociales, el desarrollo del mismo se da en las calles.

El último resultado destacable es el que nos responde a la PI3: ¿Existe relación entre el uso de medios sociales como fuente de información y la presencia de periodistas desplazados sobre el terreno? La poca presencia de medios sociales como fuente y la preferencia por informar desde el conflicto, coincidiendo de nuevo con Al Jazeera, descarta cualquier influencia de estos medios sobre la figura del periodista desplazado. Según el periodista Joan Roura:

“Los medios sociales como fuente tienen mucho ruido, se suele recurrir a ellos cuando no hay dinero, cuando se hace periodismo de verdad se invierte en información, se va al lugar, el resto son sucedáneos” (Elena y Tulloch, 2017:52).

#### 5.4. Artículo 4: Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. ALJ, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017

Una vez realizado el test metodológico afrontamos la parte central de la tesis, aquella en la que buscamos dar respuesta directa a las preguntas de investigación, para así llegar a los objetivos planteados. En el artículo “Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. ALJ, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017”, publicado en la revista *Tripodos*, llevamos a cabo un análisis de contenido sobre fuentes de información utilizadas por las tres principales cadenas de televisión de ámbito internacional como son Al Jazeera, BBC y CNN.

Tal y como hemos visto en el capítulo dedicado al objeto de estudio, nos focalizamos en la cobertura de conflictos protagonizados por movimientos sociales, en este caso Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. De este modo podemos analizar este fenómeno a lo largo de tres conflictos durante siete años, con el objetivo de determinar cómo ha evolucionado la presencia de medios sociales como fuente de información.

El primer resultado destacado responde a la PI1: ¿Qué fuentes de información se utilizan en las noticias internacionales protagonizadas por movimientos sociales? La respuesta nos indica la preferencia por fuentes oficiales, siguiendo la línea iniciada en el estado de la cuestión, con continuidad en el test metodológico de TV3. Si bien la oficialidad de las fuentes es predominante, encontramos como segunda fuente más citada al ciudadano, dato también coincidente en el estudio sobre TV3. Este resultado se obtiene al informar sobre movimientos sociales desarrollados fundamentalmente en las calles.

La PI2: ¿Qué presencia tienen las fuentes de información procedentes de medios sociales en la producción de la noticia televisiva internacional y qué información proporcionan? Los resultados indican que la presencia de medios sociales representan

menos de un 10% de las fuentes citadas (8,2%). Pese a ser un porcentaje bajo, es superior al obtenido en el test metodológico sobre TV3, reforzando así la idea que grandes medios actúan como legitimadores de este tipo de fuentes, dada su capacidad de contrastar y verificar medios sociales (Al Jazeera, 2015; Belair-Gagnon, 2015; Newman, 2009).

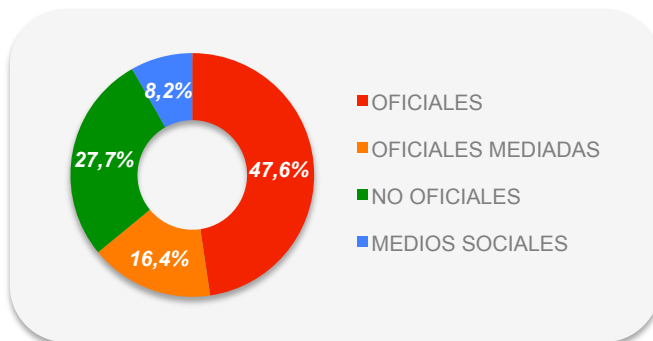


Figura 13. Clasificación fuentes de información ALJ, BBC y CNN. (elaboración propia)

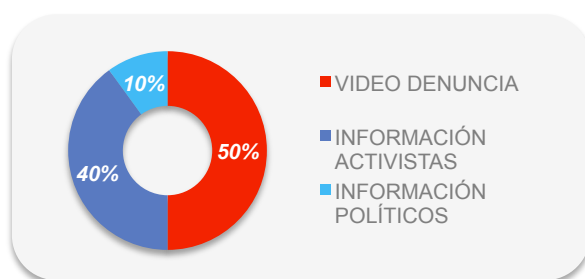
Una visión de los tres conflictos analizados en conjunto revela una ligera tendencia alcista en el uso medios sociales como fuente, aunque es remarcable el retroceso identificado en Ucrania 2013, donde se experimenta un fuerte descenso en el uso de medios sociales como fuente respecto al resto de conflictos analizados. Este descenso coincide cronológicamente con la irrupción en la agenda mediática de conceptos como *fake news*, *bots*, *trolls* e injerencia política, creando así un clima de desconfianza hacia este tipo de contenidos (Fernández-García, 2017; Howard et al., 2017; Zhdanova y Orlova, 2017).

Tras el descenso en Ucrania 2013, en Venezuela 2017 se recuperan las cifras de medios sociales como fuente, con un ligero crecimiento liderado por Al Jazeera y CNN, mientras la BBC se mantiene en los datos bajos de Ucrania 2013. Por ello podemos argumentar que en el contexto de siete años de conflictos analizados, en Ucrania 2013 se produce un punto de inflexión, recuperado en Venezuela 2017, pero que en el caso concreto de la BBC, tras Ucrania 2013, continúa la política conservadora y de desconfianza respecto a la citación de medios sociales como fuente.



El haber analizado tres cadenas de televisión en tres conflictos diferentes también nos permite obtener una visión global de qué tipo de fuentes procedentes de social media se han utilizado, qué información han aportado y a quién han dado voz, dando así respuesta a la PI2: ¿Qué presencia tienen las fuentes de información procedentes de medios sociales en la producción de la noticia televisiva internacional y qué información proporcionan?

En primer lugar encontramos vídeos de denuncia, procedentes de activistas, ciudadanos o movimientos sociales, en los que vemos manifestaciones o represión policial. En segundo lugar se consultan medios sociales para obtener información sobre movimientos sociales y activismo. Por último, con Twitter como medio social preferido, vemos que es utilizado como altavoz por personalidades políticas, ya sean del gobierno o de la oposición, consolidando así el concepto de fuente 2.O, con letra O de oficial (Vinader y De la Cuadra, 2012).



*Figura 14. Información procedente de medios sociales (elaboración propia)*

Finalmente respondemos a la PI3: ¿Existe relación entre el uso de medios sociales como fuente de información y la presencia de periodistas desplazados sobre el terreno? La primera observación de los datos obtenidos en las investigaciones realizadas nos muestra que no se trata de una relación de vasos comunicantes, la presencia de uno no implica la ausencia del otro tras analizar los resultados. En líneas generales podemos afirmar que la presencia de medios sociales como fuente no conlleva una disminución de noticias con periodistas sobre el terreno. Pero sí que vemos que cuanto más presencia de corresponsales o enviados especiales, menos se recurre a medios sociales como fuente.

Entrando en detalle el resultado más llamativo es la preferencia por informar con periodistas desplazados sobre el terreno de Al Jazeera, tomando el relevo de la CNN, referente de periodismo internacional en la década de los noventa. Incluso la BBC supera a la cadena norteamericana en este aspecto. Este dato refuerza la idea de Al Jazeera como medio cercano a los movimientos sociales con presencia en las plazas, donde estos movimientos desarrollan su activismo. Igual que sucede con TV3, el hecho de estar presente en las calles viene acompañado de un menor recurso a los medios sociales como fuente. De las tres cadenas analizadas, Al Jazeera es la que menos utiliza estos medios como fuente, citándolos en 13 ocasiones de un total de 248 fuentes citadas (5,2%).

En sentido opuesto encontramos que la CNN es la cadena que más cita medios sociales y menos recurre a periodistas sobre el terreno. En el caso de la cadena norteamericana, la presencia de medios sociales sí implica ausencia de periodistas desplazados, por lo que hablamos de la existencia del “*Twitter effect*”, aunque limitado, ya que las piezas en las que se usan medios sociales como fuente, pese a ser la cadena que más los utiliza, suponen sólo un 11,4% del total de fuentes citadas.

Podemos deducir, tras analizar qué tipo de información aportan los medios sociales mediante un análisis cualitativo de los resultados, que no existe una relación directa entre el uso de medios sociales y la presencia de periodistas desplazados.

## 6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El principal objetivo de la investigación en ciencias sociales acostumbra a centrarse en medir cambios. El ámbito que nos ocupa, la comunicación, enmarcada dentro de las ciencias sociales, no es una excepción. Vistos los resultados, la presente tesis podría calificarse como continuista ya que no se presentan grandes cambios. Con un estado de la cuestión en el que se aprecia poca presencia de medios sociales como fuente de información, seguido de un test metodológico en el cual se confirma dicha tendencia, para finalizar con un estudio de tres cadenas de televisión en tres conflictos diferentes que reafirma los datos previos, efectivamente los resultados de la presente investigación son continuistas y no revelan grandes transformaciones.

¿Podemos concluir entonces que la aportación científica del presente trabajo no ha cumplido sus objetivos? Creemos que los objetivos han sido conseguidos y a continuación desarrollamos el porqué. Cómo hemos visto en la introducción, uno de los objetivos generales de la presente tesis es dibujar un estado de la situación actual de los medios sociales como fuente de información. Tras revisar la literatura académica previamente publicada conocemos el punto de partida y a partir de ahí planteamos una investigación inductiva, no deductiva, en la que las preguntas de investigación nos irán descubriendo resultados.

Pero si uno de los objetivos de toda investigación es localizar cambios o modificaciones, ¿qué sentido tiene una tesis que demuestra que todo sigue igual? La respuesta la encontramos en el contexto. Tal y como hemos visto en el desarrollo de la presente investigación, los medios sociales son omnipresentes en el día a día del ciudadano, están presentes en el debate público y su relación con el periodismo genera multitud de publicaciones, reportajes y documentales en *prime time* al respecto. Parece entonces, que desde su llegada todo ha cambiado. Pero hemos visto tras el análisis aquí realizado un cierto efecto lampedusiano, en el que observamos que los cambios provocados por la llegada de los medios sociales no son significativos en lo que a su empleo como fuentes de información se refiere. La radicalidad de la investigación reside en desmitificar el desembarco abrumador de los medios sociales en el ámbito de la praxis periodística.

Es a raíz del presente contexto que vemos oportuno dentro de nuestros objetivos establecer en qué estado se encuentran los medios sociales como fuente entre el 2011, año de la “*Facebook revolution*” en Egipto, y el 2017, año en que *fake news* es elegida palabra del año por el Diccionario Collins (2017). Si bien vemos que estos nuevos medios marcan la agenda mediática en buena parte, y son vistos como una amenaza para el periodismo tal y como lo conocemos, tras nuestro análisis podemos concluir que en la construcción de la realidad informativa tienen un papel poco significativo y que no presentan la legitimidad de los medios de información tradicionales.

Como hemos desarrollado en la metodología no pretendemos replicar nuestros resultados para predecir futuros comportamientos de los medios. Por ello, la principal aportación del presente trabajo podemos destacar la ya comentada foto fija del estado de las fuentes de información procedentes de medios sociales en el periodo analizado. Nuestros resultados reflejan un estado concreto en un momento determinado.

De cara a futuras investigaciones sobre fuentes en el periodismo internacional, sí que podemos presentar la metodología aquí utilizada como adecuada para tal fin. Con una misma base metodológica, los resultados de la presente tesis pueden ser de utilidad para ser comparados con futuras investigaciones y así seguir la línea aquí iniciada de monitorización de la evolución de los medios sociales como fuente de información.

En cuanto a objeto de estudio, tanto las cadenas como los conflictos seleccionados pueden servir de guía para ulteriores investigaciones. Hemos visto como la cobertura de conflictos protagonizados por movimientos sociales es prioritaria en la agenda mediática de los principales medios de comunicación internacional, como AL Jazeera, BBC y CNN. Principalmente cuando estos movimientos desafían a gobiernos de corte autoritario y el conflicto afecta a grandes potencias extranjeras, normalmente por cuestiones de suministro energético de gas o petróleo, como sucede en Egipto, Ucrania y Venezuela.

Mediante un análisis más detallado de los resultados llegamos a las siguientes conclusiones:

1. En la cobertura de movimientos sociales, el ciudadano como fuente de información tiene una presencia destacada, es la voz de la calle. Esta presencia viene determinada porque dichos movimientos se desarrollan en las plazas. Pese a existir un predominio de fuentes oficiales, los movimientos de oposición tienen más presencia en cuanto a fuentes. Llegamos a esta conclusión tras sumar las fuentes de oposición oficiales y las fuentes no oficiales de la calle, superando siempre a las fuentes gubernamentales. Por ello, vemos un ligero posicionamiento de los medios analizados a favor de los movimientos sociales.
2. Los medios sociales como fuente de información presentan una presencia escasa en las noticias analizadas, entre el cinco y el quince por ciento según cadena y conflicto. Esta escasez es debida a la dificultad de verificar y contrastar dichas fuentes, con lo consiguiente falta de legitimidad. En el actual contexto de noticias falsas, *bots*, *trols* e injerencia política a través de los medios sociales, los medios tradicionales los incorporan con mayor cautela y abren redacciones y protocolos especializados para tratarlos (Elena y Gómez Nadal, 2016; Fernández-García, 2017). En segundo lugar y fruto de la deslegitimación ya comentada, sufren la omisión de ser citadas, al tratarse de una fuente con poco prestigio, pese a ser utilizada a diario por los periodistas, no siempre es citada (Franklin y Carlson, 2010; Jha, 2008).
3. El posicionamiento del periodista frente a los medios sociales como fuente sigue generando un debate abierto y se observa cierta discrepancia. Por un lado cabe destacar que su uso como fuente de información presenta unos porcentajes bajos (Cision, 2017; Elena, 2017; 2018), mientras por otro lado encontramos estudios más optimistas en los que el 50% de los periodistas encuestados aprueban a los medios sociales como fuente fiable y el 70% afirma usarlos habitualmente (Janssen Observer, 2017). Pese a estos

porcentajes optimistas, la presente investigación establece que no se trata de una fuente legitimada. En las encuestas los periodistas las valoran, pero al analizar las noticias vemos que su uso como fuente es escaso. Entre las encuestas favorables a su uso y los resultados a la baja de diferentes investigaciones, entre las que se incluye esta obra, encontramos consenso en que los medios sociales son una herramienta de gran valor, imprescindible para la rutina profesional, pero que tiene unas funciones concretas como son las de monitorizar el contexto informativo y contactar con personas (Belair-Gagnon, 2015; Elena y Tulloch, 2017).

4. Cuando los medios sociales sí son utilizados como fuente observamos que predominan los videos procedentes de los movimientos sociales en los que se comparten imágenes, o bien de manifestaciones o bien de represión policial. En menor medida encontramos informaciones procedentes de activistas, y por último aparecen los *tweets* de líderes políticos, tanto del gobierno como de la oposición. Si bien proceden de medios sociales, esta última categoría pertenece a la familia de las fuentes 2.O, con letra O de oficial (Vinader y De la Cuadra, 2012). Se trata de fuentes oficiales que proporcionan información por canales no oficiales como los medios sociales. En este sentido, dada la información proporcionada por los medios sociales como fuente, podemos concluir que sí presentan un papel específico en la cobertura de conflictos protagonizados por movimientos sociales, las denuncias de la represión policial y la difusión de manifestaciones son prueba de ello.



Figura 15. Tweet de la cuenta oficial verificada del presidente de Canadá, apoyando a la oposición venezolana en los informativos de la CNN (CNN.com, 2017)

5. Observamos una diferenciación entre grandes medios, como Al Jazeera, BBC o CNN y medios de menor envergadura, como TV3, en lo que respecta al uso de medios sociales como fuente. La infraestructura logística y económica de los grandes medios le permite asumir unos riesgos a la hora de incorporar estas nuevas fuentes, gracias a la capacidad de verificar y dedicarle recursos al *fact checking*, que un medio de menor infraestructura no puede afrontar, confirmando así el llamado *metasourcing* (Kristensen y Mortensen, 2013), fenómeno que describe la legitimación de fuentes procedentes de medios sociales una vez han pasado el filtro de grandes medios internacionales o agencias de noticias.
  
6. En cuanto al periodismo internacional, los medios sociales como fuente no ponen en peligro el trabajo del periodista sobre el terreno, no compiten con él, dado que no pueden proporcionar la misma calidad de información que un corresponsal, un enviado especial o un *freelance*. Se trata de dos rutinas periodísticas diferenciadas para recopilar información complementarias y no excluyentes, cada una con sus ventajas y limitaciones. Mientras los medios sociales son veloces y económicos, también presentan los ya comentados problemas de verificación y legitimidad. Por otro lado, desplazar periodistas es caro, pero otorga a la información veracidad y un trato personal con las fuentes

que revierte en la calidad de la noticia, dotándola de un contexto cultural afín a la audiencia. En todo caso se observa un efecto contrario al “*Twitter effect*” en las cadenas que sí dan prioridad a informar desde el terreno, como Al Jazeera o TV3, dado que acuden menos a los medios sociales como fuente.

7. Seguir la evolución de los medios sociales como fuente es uno de los objetivos de la investigación. Al plantear un marco temporal de tres conflictos en siete años, esperamos comprobar si su uso ha crecido, se ha estancado o ha menguado. Si bien se observa un ligero crecimiento, podemos concluir que se han estabilizado, han llegado para quedarse. Encontramos más llamativo la intensidad con la que se enfatizó su presencia en el primer conflicto, “*the Facebook revolution*” en Egipto 2011, dada su novedad, donde encontramos noticias cuya temática central eran los medios sociales en sí, mientras que en Venezuela 2017, encontramos la ya comentada leve tendencia alcista de medios sociales como fuente, pero en ningún momento se destaca su presencia como hecho remarcable. Este dato ratifica la normalización del fenómeno de los medios sociales como fuente de información, asumiendo sus riesgos y carencias.

Finalmente concluimos que los medios sociales están presentes en la esfera pública y se debate sobre el papel que tienen que jugar los periodistas ante ellos, pero este debate no se ve reflejado en la producción de noticias. Pese a la omnipresencia de medios sociales en el día a día del periodista estos tienen una presencia escasa que no es representativa de su uso en las noticias emitidas. Vemos aquí cómo la tendencia creciente de consumo de noticias *online* de la población, no coincide con las rutinas informativas del periodista, quien prioriza otro tipo de fuentes para informarse.

Parece entonces que la prudencia del periodista prevalece ante las demandas de exclusivas e inmediatez informativa que pueden proporcionar medios sociales. El periodista ya es dependiente de ellos, los consulta cada día, se informa a través de ellos y observa qué está haciendo la competencia en sus respectivos perfiles, pero es cauteloso cuando se trata de usarlos como fuente. Rigor y



veracidad son las bazas a defender por los medios tradicionales, quienes ven cómo los medios sociales se les acercan como competidor tanto en audiencia como en ingresos publicitarios.

Si tenemos que hablar de crisis del periodismo o desconfianza en los medios tradicionales (Compton y Benedetti, 2010; Fernández-Planells, 2015b), no es como consecuencia de la irrupción de los medios sociales, las noticias falsas y los *bots*. Factores como la aceleración del ciclo de noticias, la proliferación masiva de la información y la necesidad de los medios de tener constantemente múltiples ventanas abiertas en directo, erosionan la disciplina de verificación y en consecuencia, la legitimidad de la profesión periodística (Hermida, 2013). Kovach definió estos temores con la aparición de los primeros canales de noticias de 24 horas: *“From the moment 24/7 digital news was introduced the process of verification - the beating heart of credible journalism in the public interest - has been under challenge”* (Kovach, 2006).



Figura 15. Multipantalla en directo de la CNN. (CNN.com, 2016)

Otro factor de riesgo reconocido durante la investigación es fruto de la denominada convergencia mediática. La cobertura por parte del mismo profesional para diferentes plataformas del mismo medio, como radio, web y televisión, dificulta y resta tiempo al trabajo del periodista, que es buscar fuentes para redactar crónicas elaboradas. Por último, a esta tendencia le tenemos que sumar los recortes presupuestarios de los medios de comunicación. Vemos cómo donde hace unos años un equipo ENG de televisión internacional

estaba formado por un operador de cámara, un productor y un periodista, en la actualidad el periodista tiene que ejercer de productor, chófer, redactor, técnico de sonido, operador de cámara, montador y enlace digital para enviar la noticia editada a redacción. Se aplican las teorías económicas neoliberales en los medios buscando aumentar el beneficio mediante la reducción de costes, incluso asumiendo que la reducción de la inversión en la producción de la noticia provoca una pérdida inequívoca en la calidad periodística.

## 7. ANEXO

### 7.1. Publicación 1: Los medios sociales como fuente de información para corresponsales en el extranjero. Aproximación al estado de la cuestión

Elena, M. y Gómez Nadal, M. (2016) Social media as a source of information for correspondents: Approach to the state of the art. *Comunicació. Revista de recerca i d'anàlisi*. 33(1), 119-137.

ISSN: 2014-0304 / E ISSN: 2014-0444 /

DOI: 10.2436/20.3008.01.145

<http://revistes.iec.cat/index.php/TC/article/view/140986>



## **Los medios sociales como fuente de información para corresponsales en el extranjero. Aproximación al estado de la cuestión**

*Els mitjans socials com a font d'informació per a corresponsals a l'estranger. Aproximació a l'estat de la qüestió*

*Social media as a source of information for foreign correspondents. Approach to the state of the art*

**Martin Elena<sup>1</sup>**

Doctorand en comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.  
*martin.elena@upf.edu*

**Mariona Gómez Nadal**

Màster en comunicació social per la Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.  
*mariona.gomez01@estudiant.upf.edu*



M. ELENA I M. GÓMEZ NADAL

## **Los medios sociales como fuente de información para corresponsales en el extranjero. Aproximación al estado de la cuestión**

*Els mitjans socials com a font d'informació  
per a corresponsals a l'estranger. Aproximació a l'estat  
de la qüestió*

*Social media as a source of information for foreign correspondents.  
Approach to the state of the art*

### **RESUMEN:**

El presente artículo ofrece un estado de la cuestión sobre las tendencias académicas en investigación centradas en los medios sociales (*social media*) (como Twitter, Facebook o Youtube), cuando estos últimos son utilizados como fuente de información por corresponsales en el extranjero. Metodológicamente destacan los estudios de caso centrados en el emisor, concretamente en prensa y televisión. Encontramos metodología predominantemente cualitativa, con entrevistas en profundidad, ya que el objeto de estudio son periodistas. Por otro lado abunda la investigación centrada en los medios sociales. En este caso, la metodología predominante es el análisis de contenido cuantitativo sobre los mensajes publicados. Los resultados de numerosas investigaciones demuestran una preferencia del profesional de la información por las fuentes tradicionales u oficiales, en detrimento de estas nuevas fuentes, como los medios sociales.

### **PALABRAS CLAVE:**

medios sociales, *social media*, fuentes de información, corresponsal en el extranjero, prensa, televisión, verificación.



## **Els mitjans socials com a font d'informació per a corresponsals a l'estranger. Aproximació a l'estat de la qüestió**

*Los medios sociales como fuente de información  
para corresponsales en el extranjero. Aproximación al estado  
de la cuestión*

*Social media as a source of information for foreign correspondents.  
Approach to the state of the art*

### **RESUM:**

El present article ofereix un estat de la qüestió sobre les tendències acadèmiques en investigació centrades en els mitjans socials (*social media*) (com Twitter, Facebook o Youtube), quan aquests últims són utilitzats com a font d'informació pels corresponsals a l'estranger. Metodològicament destaquen els estudis de cas centrats en l'emissor, concretament en premsa i televisió. Trobem metodologia qualitativa, amb entrevistes en



## LOS MEDIOS SOCIALES COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

profunditat, ja que l'objecte d'estudi són periodistes. D'altra banda és abundant la recerca centrada en els mitjans socials. En aquest cas la metodologia predominant és l'anàlisi de contingut quantitatiu sobre els missatges publicats. Els resultats de nombroses investigacions demostren una preferència del professional de la informació per les fonts tradicionals o oficials, en detriment d'aquestes noves fonts, com els mitjans socials.

### **PARAULES CLAU:**

mitjans socials, *social media*, fonts d'informació, corresponsal a l'estranger, premsa, televisió, verificació.



### **Social media as a source of information for foreign correspondents. Approach to the state of the art**

*Los medios sociales como fuente de información  
para corresponsales en el extranjero. Aproximación al estado  
de la cuestión*

*Els mitjans socials com a font d'informació  
per a corresponsals a l'estranger. Aproximació a l'estat  
de la qüestió*

### **ABSTRACT:**

This is a state-of-the-art paper on academic research trends regarding the use of social media (Twitter, Facebook or YouTube) as sources of information for foreign correspondents. Methodologically, the studies reviewed are case studies focused on the transmitter, mainly involving press and television journalists. The authors chose a predominantly qualitative methodology with in-depth interview techniques, as journalists themselves are the object of study. As regards research in the field of social media, the predominant methodology appears to be quantitative content analysis. The results of most studies show a professional preference for traditional or official information sources, as opposed to alternative sources such as social media.

### **KEYWORDS:**

social media, information sources, foreign correspondent, press, television, verification.

## Introducción

El presente artículo contempla las investigaciones académicas que tienen por objeto de estudio el uso de medios sociales (*social media*), por parte de los corresponsales en el extranjero, como fuente de información. De este modo, nuestro tema tiene unos protagonistas bien diferenciados que en ocasiones se investigan combinados y en otras por separado, como son las fuentes de información, los corresponsales y los medios sociales, cuya aparición ha ido acompañada de la irrupción del fenómeno del periodismo ciudadano. El procedimiento seguido para la revisión de la literatura académica publicada ha consistido en una búsqueda en las bases de datos académicas *Google Scholar* e ISOC, el portal de Ciencias Sociales y Humanidades del CSIC. Las palabras clave utilizadas fueron *source information*, *social media* y *correspondent*, limitando los resultados a cinco años (2010-2014). La selección de los resultados se realizó por criterio de relevancia y adecuación a nuestro objeto de estudio, es decir, desechando aquellos resultados que mostraban coincidencias con las palabras clave de la búsqueda pero no se ajustaban al objeto de estudio. A partir de estos primeros artículos, accedimos a nuevas referencias citadas en sus bibliografías. Por otro lado se realizaron búsquedas específicas en centros especializados como el Oxford Reuters Institute for the Study of Journalism o la European Communication Research and Education Association (ECREA), y en revistas especializadas como *Journalism* o *Journalism Practice*, entre otras. Cabe destacar que es una temática en auge que sigue generando una producción bibliográfica importante, en la que podemos destacar obras recientes como *Mapping foreign correspondence in Europe* (Terzis, 2014) o *Social media as information source. Recency of updates and credibility of information* (Westerman, Spence y Heide, 2014).

## Tendencias teóricas y metodológicas

Desde una perspectiva teórica encontramos dos tendencias predominantes en los estudios revisados. Por un lado, las investigaciones que analizan los corresponsales y los medios sociales como fuentes son estudios de producción que, aunque no lo citan explícitamente, se encuadran en los paradigmas de la producción de noticias (*news-making*) y las fuentes de información (*news-sourcing*). Como teoría dominante destaca el constructivismo, procedente de la sociología interpretativa, donde se cita a Gaye Tuchman, una de las autoras más referenciadas en este campo. Según Tuchman la construcción de la noticia se realiza a partir de la interpretación individual (periodista) y colectiva (medio) de la realidad (Tuchman, 1987). En el presente estado de la cuestión es citada en numerosas ocasiones (Pablos, 2005; Hedman y Djerf-Pierre, 2013; Hermida, Lewis y Zamith, 2014; Hermida, 2010 y 2013; Jha, 2008; Kristensen y Mortensen, 2013). Destacan por su ausencia las re-



ferencias al encuadre (*framing*) como teoría (Goffman, 1974); Tuchman es una autora destacada en la aplicación de esta teoría a la investigación en comunicación (Sádaba, 2001). Si bien es cierto que el encuadre suele aplicarse a análisis de contenido, mientras que las investigaciones aquí analizadas se centran en la producción del mensaje y no en el análisis de su contenido.

Otra corriente teórica con presencia destacada tiene como autor de referencia a Castells, sobre todo en investigaciones orientadas a medios sociales, en relación a la sociedad de la información y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y en estudios sobre corresponsales, al definir el modelo de sociedad como sociedad red, en la cual ciudadanos y profesionales de la información aparecen interconectados, con flujos de información multidireccionales o *many to many*, en los cuales se difuminan las fronteras entre información local y global. Al aplicar estos conceptos al campo del periodismo, se origina el paradigma del periodismo en red (*network journalism*) (Flores y Aguado, 2006; Hermida, 2012 y 2013; Livingston y Asmolov, 2010; Monroy-Hernández, 2013; Redondo, 2007; Sambrook, 2010; Leuven, Heinrich y Deprez, 2015; Verweij y Noort, 2014).

También encontramos referencias al debate sobre la influencia de los medios sociales en la agenda Setting. El uso de los medios sociales como fuente podría sugerir que modifican la agenda, aunque las investigaciones precedentes demuestran que no es así y describen una preferencia de los periodistas por las fuentes oficiales o de élite en detrimento de los medios sociales. Es lo que se conoce como el *síndrome de las fuentes oficiales*, por lo que la capacidad de influencia de los medios sociales en la agenda mediática es limitada (Bruno, 2011; Lotan *et al.*, 2011; Meraz y Papacharissi, 2013; Messner y Distaso, 2008; Tulloch, 2004; Leuven *et al.*, 2015).

La influencia de los medios sociales se extiende a otras teorías de la comunicación relevantes, como la teoría de usos y gratificaciones. Encontramos ejemplos en las investigaciones que abordan el fenómeno del periodismo ciudadano, donde se enfatiza el carácter voluntarista de los nuevos periodistas *amateurs* (Agudiez, Príncipe y Real, 2007; Maciá, 2007; Murillo, 2009; Noguera y Correyero, 2008; Salvat y Panigua, 2007; Vidal, 2011). Un estudio destacado de este encuadre teórico es la investigación de Cozma y Chen, centrada en el uso de Twitter (Cozma y Chen, 2013).

Metodológicamente, las investigaciones que más se acercan a nuestro objeto de estudio son estudios de caso, centrados en prensa y televisión. Como metodología predominante encontramos la técnica cualitativa de la entrevista en profundidad, ya que el objeto de estudio principalmente son periodistas y corresponsales. Predominan los estudios sobre medios de Estados Unidos (Diakopoulos, Choudhury y Naaman, 2012; Jha, 2008; Monroy-Hernández, 2013; Newman, 2009).

Por otro lado encontramos una tendencia diferenciada de la anterior, con mucha presencia. Se trata de investigaciones más centradas en los medios sociales, pero no siempre como fuente de información sino también como canal de difusión, por lo que analizan el medio y el mensaje. Como objeto de estudio destaca

M. ELENA I M. GÓMEZ NADAL

de manera sobresaliente Twitter, y la metodología utilizada ha sido el análisis de contenido de tipo cuantitativo.

Dentro de esta tendencia es interesante cómo cada investigación desarrolla su propia técnica de recogida y análisis de datos. Generalmente se desarrollan aplicaciones informáticas diseñadas especialmente para cada caso. Entre ellas destacan las investigaciones sobre la Primavera Árabe (Hermida, 2012; Lotan *et al.*, 2011).

La metodología cualitativa en las investigaciones con los medios sociales como objeto de estudio tiene cabida —aunque en menor medida que la metodología cuantitativa— mediante la técnica de la observación o netnografía, que consiste en la aplicación de la observación etnográfica aplicada a las redes sociales (Cozma y Chen, 2013; Diakopoulos *et al.*, 2012; Jha, 2008; Monroy-Hernández, 2013).

A continuación presentamos una contextualización más general de nuestro objeto de estudio, para entender su evolución y la relación que ha existido entre fuentes, corresponsales, medios sociales y periodismo ciudadano.

## Estado del arte

En los últimos veinte años las sociedades postindustriales han experimentado una revolución tecnológica, tras la cual han sido rebautizadas con el nombre de *sociedad de la información* o *era de la información* (Castells, 1999). Castells introduce el informacionalismo como paradigma tecnológico. Con el informacionalismo, la información pasa de ser comunicación de conocimiento, como lo había sido siempre, a convertirse en la base social, cultural y económica de nuestra sociedad. Si venimos de una sociedad industrial, donde era la industria la que marcaba los cambios sociales, ahora nos encontramos en una sociedad informacional, donde es la información la que marca los cambios sociales.

La revolución tecnológica empieza a ser evidente a partir de 1993 con el desarrollo de la *World Wide Web* por parte de Tim Berners-Lee. Es la tercera y última fase del nacimiento de Internet, caracterizada por la accesibilidad de la red gracias al uso de protocolos y lenguajes aptos para usuarios sin formación tecnológica (Orihuela y Santos, 2004). Se inicia una nueva etapa donde la información y el acceso a ella son los protagonistas. Todos los ámbitos sociales y laborales se ven afectados por esta nueva tecnología, pero una de las profesiones más afectadas en el ámbito de la información es el periodismo.

De igual modo, la investigación en periodismo ha abordado ampliamente estos cambios. La base de la información periodística continúa siendo la noticia y su construcción se realiza mediante fuentes verificables (Gans, 1979; Rodrigo, 2005; Tuchman, 1978). La producción de noticias y las fuentes de información se mantienen como paradigmas de investigación. Pero en este nuevo contexto de sociedad de la información, la revolución tecnológica afecta de pleno al periodista. Nuevas

herramientas y nuevas fuentes están a su alcance para investigar, obtener y producir información; es lo que conocemos como *periodismo digital*, investigado bajo los paradigmas de ciberperiodismo o *cloud journalism* (Fondevila Gascón, 2010).

Los estudios sobre ciberperiodismo se basan fundamentalmente en la producción, en el paso del papel al digital. Se investiga cómo se abordan estos cambios desde el paradigma de la producción de noticias, y se obtiene como resultado un nuevo paradigma, la convergencia mediática. Se multiplican los formatos de producción y se estudia cómo son los portales digitales de información, los cambios tecnológicos en las redacciones y la adaptación de los profesionales a las nuevas tecnologías. En este sentido cabe destacar los estudios que analizan estos cambios en las redacciones (Boczkowski, 2004; Noci y Salaverría, 2003; Paterson y Domingo, 2011).

En los inicios del ciberperiodismo las fuentes se limitan a contenidos web 1.0 de agencias de noticias, medios de comunicación en línea e instituciones (Redondo, 2005). El debate sobre la fiabilidad de las nuevas fuentes digitales continúa siendo el mismo que el ya existente sobre las fuentes tradicionales, ya que en este periodo las fuentes digitales tienen origen y firma. La producción de contenidos está limitada por aquellos con capacidad de generar y transmitir, es decir, agencias y profesionales de la información. El flujo de información es vertical, de arriba abajo o *one to many* (Deuze, 2008).

### Medios sociales: una fuente a verificar

Es a partir de 2004, con la creación de Facebook, Blogger, Twitter y Youtube, entre otras plataformas, que las redes sociales que usan tecnología web 2.0 popularizan la creación de contenidos. Nacen los medios sociales o *social media*, definidos como un «grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario» (Kaplan y Haenlein, 2010: 61).

Cada vez es más común que un periodista cite a un bloguero, un tuit de un político o un vídeo denuncia de Youtube entre sus fuentes de información. El uso de estas fuentes y el posicionamiento del periodista ante ellas genera una creciente producción científica al respecto. Según Noguera y Correyero, «la “información sobre la información” no es sólo un reflejo de cierta fascinación hacia nuevos actores mediáticos, sino sobre todo nuevos roles demandados en los periodistas de un entorno mediático diferente» (Noguera y Correyero, 2008: 251).

Destacan las investigaciones que tratan sobre el rol cada vez más importante del periodista como filtro o *gatekeeper* ante las nuevas fuentes (Bruns, 2005; Pavlik, 2005). La legitimación o deslegitimación de los medios sociales como fuente de información se convierte en un tema recurrente (Agudiez y Real, 2007; Bar-

M. ELENA I M. GÓMEZ NADAL

ber, 2007). En definitiva al periodista se le abre un universo de fuentes de información inabarcable, donde el problema no será su obtención sino su selección, verificación o capacidad de ser contrastadas (Franklin y Carlson, 2010).

El nuevo escenario afecta a las rutinas profesionales del periodista. Inicialmente estos cambios de roles y rutinas pueden suscitar resistencias, pero no se oponen a modificar la rutina diaria o a actualizarse tecnológicamente; básicamente se trata de una reticencia a aceptar un cambio de rol en el periodista como profesional de la información. Ryfe define estas resistencias como ontológicas, basadas en los cambios de rutinas que sufre el profesional de la información. El periodista se ha formado en su oficio tras años de experiencia, y en el actual escenario esta experiencia ha perdido valor y se siente perdido ante los cambios estratégicos que le vienen impuestos (Ryfe, 2013).

De este modo la principal tendencia de investigación en este campo es la capacidad de verificación de estas nuevas fuentes de información, procedentes de medios sociales. El rol de los periodistas, que, como profesionales, son quienes deciden qué noticias publicar, está cuestionado. En la era de los móviles, las redes sociales y los blogs, la autoridad del profesional se encuentra en entredicho.

Por un lado las nuevas fuentes no tienen la credibilidad ni el prestigio de las fuentes tradicionales, pero son frescas y veloces, y por otro lado el periodista ya no es el único capaz de generar información, le ha salido un competidor (Sambrook, 2010). Se pone bajo revisión el concepto de jurisdicción profesional ideado por Schudson y Anderson. El término hace referencia a la habilidad del profesional para representar la realidad y que permite a los periodistas tener una autoridad especial sobre las noticias (Schudson y Anderson, 2008).

La obra de Franklin y Carlson *Journalists, sources, and credibility. New perspectives* (2010) también desarrolla los conceptos de verificación y credibilidad, y los relaciona directamente con la práctica de citar las fuentes. La citación o la omisión de citar medios sociales toma protagonismo ya que la citación está relacionada con la legitimidad que le da el periodista a la fuente que está citando. Al respecto Franklin y Carlson sostienen: «The latter occurs on three levels: being present in news texts highlights the legitimacy of the quoted source, tying assertions to identifiable sources signals the credibility of the news item, and having access to sources underscores the authority of the individual reporter and her news outlet» (Franklin y Carlson, 2010: 4).

En relación a este tema, la aceleración del ciclo de noticias y la proliferación masiva de la información han levantado preocupaciones sobre la erosión de la disciplina de verificación y, en consecuencia, sobre la legitimidad de la profesión periodística (Hermida, 2013). Kovach definió estos temores con la aparición de los primeros canales de televisión de noticias 24 horas: «From the moment 24/7 digital news was introduced the process of verification —the beating heart of credible journalism in the public interest— has been under challenge» (Kovach, 2006).

Así como las fuentes alternativas no están obligadas a compartir la ética perio-

dística ni siempre conocen las reglas de la profesión, sí suelen tener acceso directo a los hechos noticiosos. De este modo las fuentes profesionales quedan en un segundo lugar, lo que valida y legitima la información producida por las fuentes no profesionales. Kristensen y Mortensen se refieren a esta práctica de verificación de información como *metasourcing*, definido como «[...] a sourcing pattern, whereby elite sources are included in the news coverage to comment on, validate and grant legitimacy to non elite, amateur sources as a form of explicit source criticism» (Kristensen y Mortensen, 2013: 353).

El concepto de *metasourcing* propuesto por Kristensen y Mortensen (2013) es tratado por otros autores como *credibilidad periodística*. Verweij y Van Noort (2014) afirman que la credibilidad es un factor clave para juzgar la calidad de las noticias. En redes sociales, como por ejemplo Twitter, podemos ver cómo un periodista crea su propia marca independientemente del medio de comunicación para el que trabaja. De este modo la credibilidad periodística que le otorga su profesión es reconocida en el campo de los medios sociales. Dan Gillmor afirmaba sobre la credibilidad periodística de los medios sociales: «Con el tiempo, aprenderemos a diferenciar cuáles son las fuentes y los sitios en los que podemos confiar y en los que no. Se trata de que se establezcan diferentes grados de confianza para los distintos medios que consultemos. Siempre nos podremos fiar más de unos que de otros. Va a ser complicado, pero ya encontraremos buenas maneras de comprobar esas informaciones» (Apaolaza, 2006). Victoria Carvallo, periodista del diario chileno *La Tercera*, coincide sobre los medios sociales: «En *La Tercera online* no los utilizamos como medio informativo, porque la fuente no es creíble al ser desconocida. Como política editorial solo recurrimos a blogs de medios consolidados, cuyo soporte es su principal carta credencial. El periódico *El Mundo* de España, por ejemplo, posee un blog de su corresponsal en Irak, transformándolo en una fuente internacional válida porque está respaldado por la firma de su periodista» (Flores y Aguado, 2006: 158).

Estudios sobre la oficialidad de las fuentes nos indican que las fuentes oficiales han acabado aceptando los medios sociales y han creado sus propios perfiles para diferenciarse de las no oficiales. Vinader y De la Cuadra proponen una diferenciación con el concepto *redes 2.0* (letra *O* de *oficial*) versus las *redes 2.0*, que serían las alimentadas por fuentes no oficiales (Vinader y Cuadra, 2012).

Los ejemplos más claros de *redes 2.0* son los perfiles en redes sociales de medios de comunicación y agencias y también los apartados habilitados por los medios en sus portales web para facilitar la entrega de contenidos generados por usuarios, como por ejemplo el portal *iReport* de la CNN, abierto en 2006 (Newman, 2009). Como apunta Murillo: «No hay periódico tradicional que en su edición digital no haya abierto una sección dedicada a la participación ciudadana.» (Murillo, 2009)

Las agencias de noticias fueron escépticas ante este fenómeno, pero finalmente acabaron sumándose a la nueva tendencia, buscando transparencia. Es el caso de Reuters, la agencia internacional de noticias, que en 2007 abrió una ventana especial a la participación ciudadana en todo el mundo bajo el título de *You Witness*

*News* (Vidal Coy, 2011). Estos apartados de colaboración entre medios y ciudadanos en ocasiones son definidos como periodismo *crowdsourcing*, entendido como: «la externalización, por parte de una empresa o institución, de una función realizada por un empleado a un grupo indefinido (y normalmente grande) de personas mediante una convocatoria abierta. Esta externalización puede tomar la forma de una producción de iguales (*peer-production*) cuando el trabajo se realiza de forma colaborativa, pero también puede llevarse a cabo de forma individual» (Howe, 2006).

El periodismo *crowdsourcing* no consiste en ciudadanos que producen noticias, a veces incluso sin la presencia de editores y comunicadores profesionales (Maciá Barber, 2007), sino que su intención es la colaboración de ciudadanos amateurs de la información en la creación de contenidos periodísticos por parte de profesionales. Es por ello que el *crowdsourcing* se suele diferenciar del término *periodismo ciudadano* (Gillmor, 2006).

Debido a la gran accesibilidad que presentan las nuevas fuentes de información digitales, algunos autores destacan su fácil manipulación incluso aplicando protocolos de verificación. Bowman y Willis hablan de algunos peligros presentes en la información en línea: «anyone that has participated in online communities knows that not all participants play fairly. People will abuse these forms by performing pranks, manipulating the rules, spreading false information and rumors, engaging in flaming —indeed, just about any mischief imaginable— and the results can be serious» (Bowman y Willis, 2003: 41).

Pero más allá de los criterios de verificación, autenticidad o veracidad, De Pablos duda sobre qué puede ser considerado fuente periodística: «La fuente es posibilidad de preguntarle. Sin fuente hay muy poco periodismo; sin fuente no habrá mensaje periodístico, aunque puede haber propaganda. Las fuentes han de ser consultadas por el redactor, que es algo diferente a las “fuentes encontradas” en un sitio web, cuando, como en los casos que vamos a analizar, el periodista se ha limitado a ser “porteador” de contenidos, para lo cual no hace falta ser periodista... ni hacer periodismo [...]. Las fuentes no son mudas: se les pregunta y contestan. La web usada como fuente es muda: no se le pregunta y su “contestación” está publicada antes de la visita del reportero. Por lo tanto, no es fuente, tal y como la hemos entendido hasta ahora. Es una pseudofuente, que solo podrá producir pseudoperiodismo; peor, prensa con propaganda por periodismo» (Pablos, 2006: 133).

Según De Pablos, el periodista deja de buscar fuentes con las que puede interactuar directamente para pasar a recibir textos escritos que pasan a ser publicados directamente. Los autores que son escépticos ante el uso de fuentes digitales como fuentes de información ven en las fuentes mudas un retroceso en la calidad periodística. Por otro lado, para aquellos autores que podríamos definir como entusiastas o pragmáticos respecto al uso de las redes sociales como fuente, lo consideran un avance tecnológico, ya que se encuentran en un medio donde la bidireccionalidad de la información está implícita (Deuze, 2008), por lo que sí pueden ser consultadas. Otra ventaja de estas nuevas fuentes es que facilitan la labor periodística

y que ofrecen al profesional un aprovechamiento de su tiempo para dedicarlo al trabajo en otro tipo de fuentes (Redondo, 2007).

## Periodismo ciudadano: ¿de fuente a periodista?

En las publicaciones revisadas en el presente estado de la cuestión hemos encontrado una preocupación sobre el fenómeno del periodismo ciudadano (Agudiez, Príncipe y Real, 2007; Maciá, 2007; Murillo, 2009; Noguera y Correyero, 2008; Salvat y Paniagua, 2007; Vidal, 2011). Más allá de la problemática sobre el uso de fuentes de información procedentes de medios sociales, los estudios sobre periodismo también se han centrado en el asentamiento de los medios sociales y la creación de la cultura *wiki*, es decir, la capacidad de cualquier persona para difundir información. Este cambio de dinámica informativa —que conocemos alternativamente como periodismo ciudadano o *i-journalism*— permite, según los defensores de esta escuela, que un ciudadano ejerza de periodista.

En 2004, Dan Gillmor, defensor principal de este movimiento, publicó un ensayo titulado *We the media. Grassroots journalism by the people, for the people*, donde afirmaba que entrábamos en la era de un periodismo de base por y para el pueblo (Gillmor, 2006). Con ello, el autor indica que estamos viviendo una metamorfosis profunda de las estructuras de los medios de comunicación, en progresiva descentralización y democratización. Esta participación activa de la audiencia, definida como *cultura de la participación (participatory culture)* (Jenkins, Puroshotma, Clinton, Weigel y Robinson, 2005), es el paso del ciudadano pasivo al activo, del consumidor (*consumer*) al prosumidor (*prosumer*).

La participación de la ciudadanía en los medios creando contenidos afecta de modo directo a diferentes campos de la actividad periodística: la naturaleza del periodismo, la capacitación profesional del reportero, la labor con las fuentes de información, la estructura y organización de la empresa informativa y la percepción de los géneros periodísticos (Maciá, 2007; Bowman y Willis, 2003; Gillmor, 2006; Zelizer y Allan, 2011).

A partir del 2004, con la popularización de los medios sociales, proliferan investigaciones en las cuales se analiza la información generada por ciudadanos no periodistas. Esta información es conocida como *UGC (user generated content, 'contenido generado por el usuario')*, *UCC (user-created content, 'contenido creado por el usuario')* o *UContent*. La comunicación pasa a ser bidireccional e incluso multidireccional, *many to many*, y el usuario ya no se conforma con reaccionar ante la información servida. Ahora quiere ya tomar el protagonismo y convertirse él también en emisor (Salvat y Paniagua, 2007).

Basándonos en la clasificación de Hedman y Djerf-Pierre (2013) sobre el posicionamiento del periodista ante los medios sociales, podemos establecer tres ca-

M. ELENA I M. GÓMEZ NADAL

tegorías para clasificar las tendencias académicas en relación al periodismo ciudadano:

— El posicionamiento escéptico: con poca representación, esta tendencia defiende que el periodismo ciudadano no es periodismo. El periodismo ciudadano no tiene ni el rigor ni la profesionalidad exigidos. Años antes de la llegada del periodismo ciudadano, Martínez Albertos ya defendía esta postura en su libro *El ocaso del periodismo tradicional*, publicado a finales de los noventa (Martínez Albertos, 1997). En la misma corriente, De Pablos advierte del peligro que comporta hacer periodismo sin periodistas, hecho que puede acabar con el fin de la profesión (Pablos, 2006).

— El posicionamiento entusiasta: enmarcado en el concepto de *democracia digital* (Martínez y Madariaga, 2005) o *democracia deliberativa* (Habermas, 1994). El periodismo ciudadano publica de manera libre e independiente. Es un medio de comunicación per se. Es la alternativa al periodismo tradicional, deslegitimado y alejado de la sociedad por la concentración mediática en grandes corporaciones (Bowman y Willis, 2003; Gillmor, 2006).

— El posicionamiento pragmático: el periodismo tradicional tiene que acercarse a la sociedad abriendo canales de colaboración con el periodismo ciudadano, enmarcado en un medio de comunicación. Es la tendencia mayoritaria (Hermida, 2013; Maciá, 2007; Salvat y Paniagua, 2007).

En el presente estado de la cuestión estudiamos a los medios sociales como fuente de información, por lo que nos interesan aquellas publicaciones enmarcadas en la corriente pragmática. No negamos el poder informativo de los medios sociales, pero tampoco consideramos su contenido como periodismo por sí solo. Cuando se enmarca dentro de un medio de comunicación lo consideramos como fuente de información, no como medio de comunicación. Según Hermida, es necesaria una relación entre los medios sociales y el periodista como profesional para construir informaciones representativas de la realidad, autenticando, interpretando y contextualizando la información: «The aim is to provide a basis for further research into the interplay between social media and the central construct of the journalist as the verifier of information, in particular the effect of an iterative and collaborative approach on accuracy and credibility» (Hermida, Lewis y Zamith, 2012: 665).

## **Corresponsales: del CNN effect al Twitter effect**

El corresponsal en el extranjero ha de afrontar también los nuevos retos de la sociedad de la información, por lo que se ha vuelto a reavivar su figura como objeto de estudio en investigación periodística. Además de la verificación de fuentes, su



relación con los medios sociales, con el *UGC*, y su autoridad como profesional de la información han modificado sus rutinas de trabajo (Hannerz, 2012). Las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) han supuesto una cierta revolución en el modo de trabajar del corresponsal, como lo fueron en su momento otras novedades tecnológicas en el campo de la comunicación, como el teléfono, el fax o el teléfono móvil. Como todo cambio importante, han suscitado debate, para finalmente ser aceptadas como una herramienta de trabajo más. En el caso de las TIC, sus defensores pueden llegar a sugerir que los corresponsales no serían necesarios y que la información es instantánea y accesible desde cualquier rincón del mundo. En este sentido Bruno sostiene: «The Twitter effect is not only changing the way in which people communicate during crisis events, but also how big news organizations cover them. If the CNN effect required your own correspondents being on the ground in order to broadcast live footage, then the Twitter effect allows you to provide live coverage without any reporters on the ground, by simply newsgathering user-generated content available online» (Bruno, 2011: 8). De este modo el periodista deja de ser un productor de información y se reduce a un recopilador de información (Tulloch, 2010).

Pero esta afirmación de Bruno deja de lado el valor añadido de estar sobre el terreno, de las relaciones interpersonales que se establecen entre corresponsal y fuente, y entre corresponsal y audiencia, donde encontramos valores culturales, credibilidad o empatía, por ejemplo. Sin corresponsal se puede correr el riesgo de reproducir la información producida por otros y recurrir a la pseudofuente y al pseudoperiodismo definido por De Pablos al referirse a las fuentes mudas (Pablos, 2006). Por ello, la tendencia actual sugiere colaboración entre corresponsal y nuevas fuentes de información. En este sentido, no se entiende el uso de *UGC* sin la participación del profesional en el proceso, de modo que: «the increasingly important role of foreign correspondents as “sense makers” within the huge tide of information available. While foreign journalists have to a large extent always fulfilled this function, they appear more needed than ever in a deeply interdependent world» (Archetti, 2012: 847).

Entre las dos tendencias anteriores encontramos a Richard Sambrook, director del Centre for Journalism de la Universidad de Cardiff y antiguo director de la BBC Global News, quien defiende la importancia del corresponsal pero lo sitúa en la actual época de transición, a la cual tendrá que enfrentarse con el reto de adaptarse. Según Sambrook: «Social media are leading, supplementing and complementing what professional news organisations offer, providing fresh source material for reporters, but also competing with them for public attention» (Sambrook, 2010: 2).

Para afrontar dicho reto Sambrook (2010) propone tres reglas básicas:

- Cobertura de las noticias y eventos en directo.
- Buen posicionamiento y experiencia para analizar en profundidad.
- La incorporación y verificación de otras fuentes de información.

M. ELENA I M. GÓMEZ NADAL

Las investigaciones enmarcadas en el periodismo en red analizan cómo la relación entre tecnologías y corresponsal no afecta simplemente a sus rutinas de trabajo. En los últimos años hemos visto cómo el modelo de corresponsal del siglo xx, asociado a una cadena y a un país, ha evolucionado. Hoy en día, su trabajo no tiene como audiencia su cadena y su país de origen únicamente y sus contenidos son susceptibles de llegar a una audiencia global (Livingston y Asmolov, 2010).

## Discusión

En las investigaciones consultadas podemos observar que actualmente la investigación sobre periodismo presenta una fuerte tendencia a analizar el uso de redes sociales, sobre todo el uso de Twitter, por parte de periodistas (Hermida, Lewis y Zamith, 2014; Lotan *et al.*, 2011; Verweij y Noort, 2014) y la incorporación de esta información a los medios tradicionales (Bruno, 2011; Diakopoulos, Choudhury y Naaman, 2012; Heinrich, 2012; Newman, 2009). Pero los medios sociales principalmente se analizan como medio de difusión, no como fuente de información. En este sentido encontramos una vía de investigación en la cual puede ser productivo adentrarse.

Por lo que respecta a las investigaciones sobre fuentes y corresponsales, se trata de una temática fundamental en la investigación en periodismo, que en mayor o menor medida siempre ha mantenido cierto interés. Ha sido con la llegada de los medios sociales al escenario informativo que se ha iniciado el debate sobre la utilidad del corresponsal. El desarrollo de las TIC y la aparición del periodismo ciudadano, canalizado vía medios sociales, hacen que la información fluya instantáneamente por todo el planeta, de modo que la figura del corresponsal parece ser cuestionada (Archetti, 2012; Heinrich, 2012; Kristensen y Mortensen, 2013; Leuven, Heinrich y Deprez, 2015; Veenstra, Iyer, Hossain y Park, 2014).

Pero como hemos visto en las investigaciones sobre medios sociales como fuente de información, la principal preocupación de los profesionales es su verificación. De este modo el periodista, o el corresponsal en este caso, pasa a ser clave y de gran utilidad en el proceso de selección y verificación ante la abundancia informativa producida por los medios sociales (Bruno, 2011; Pablos, 2006; Hermida, 2010; Newman, 2009; Sambrook, 2010; Tulloch, 2004).

Cabe destacar los resultados de la mayoría de investigaciones, en las cuales se observa una preferencia del profesional de la información por fuentes tradicionales u oficiales, frente a fuentes alternativas como pueden ser los medios sociales, ya que escribir a partir de fuentes oficiales dota al trabajo del periodista de una credibilidad superior (Al Maskati, 2012; Flores y Aguado, 2006; Kristensen y Mortensen, 2013; Tulloch, 2010; Leuven, Heinrich y Deprez, 2015; Verweij y Noort, 2014). Un claro ejemplo de esta tendencia a favor de fuentes tradicionales lo encontramos en

## LOS MEDIOS SOCIALES COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

la investigación de Kristensen y Mortensen (2013), *Amateur sources breaking the news, metasources authorizing the news of Gaddafi's death*, en la cual se analiza el comportamiento de la prensa ante las primeras fotografías de teléfono móvil recibidas sobre la muerte de Gaddafi. Estas fotografías no son validadas hasta que las agencias de información internacionales confirman su autenticidad. Aunque en las investigaciones se reafirma el papel del periodista ante la competencia generada por el periodismo ciudadano, los resultados revelan cierta resistencia de los profesionales a aceptar estos medios como fuentes informativas.

Analizada la problemática sobre la verificación de los medios sociales como fuente, también debemos hacer patente la escasez de artículos relacionados con recursos, metodologías, protocolos y herramientas para solventar este problema. Solo una investigación de las revisadas en el presente estado de la cuestión nos propone un protocolo de verificación de fuentes procedentes de medios sociales para periodistas. Se trata del SRSR (Seriously Rapid Source Review), una aplicación que ordena la abundancia informativa de los macrodatos (*big data*) y las redes sociales (Diakopoulos, Choudhury y Naaman, 2012).

Aun así, es posible encontrar algunos protocolos o metodologías para verificar la información en línea pero en artículos publicados fuera de un contexto académico, aunque firmados por profesionales ampliamente reconocidos. Rosenberg propone trece pasos para validar las fuentes de información y obviamente la información recibida por éstas (Rosenberg, 2010). Esta metodología es ampliada por Craig Silverman, que propone un nuevo protocolo diferenciando un análisis de la fuente de un análisis del contenido, así como también un análisis del canal en el que ha sido publicada la información (Silverman, 2010). A partir de estas propuestas metodológicas de verificación de fuentes en línea proponemos la siguiente tabla resumen (tabla 1).

Para finalizar, hemos observado en este estado de la cuestión una vía interesante en la que adentrarse en futuras investigaciones. Proponemos profundizar el análisis en recursos, metodologías, protocolos y herramientas para el tratamiento de los medios sociales cuando son utilizados como fuente de información. Es decir, diseñar herramientas y aplicaciones que faciliten el trabajo de los profesionales de la información cuando se enfrenten a las problemáticas derivadas de tratar con dichas fuentes. ●

<b>Monitorizar</b>	<b>Comprobar</b>	<b>Comunicar</b>
Necesidad de estar presente en distintas plataformas: Youtube, Facebook, Twitter, SoundCloud... Triangular la información de las distintas plataformas	Verificación de la fuente I: intentar contactar con la fuente que ha escrito la información	Considerar si se debe pedir permiso o no a las fuentes para publicar información
Capacidad de encontrar y entender tendencias y modas. Se recomienda utilizar herramientas como Trendsmap ( <a href="http://trendsmap.com/">http://trendsmap.com/</a> ), que nos permiten saber de qué está hablando la gente	Verificación de la fuente II: buscar el nombre de la fuente para comprobar su trayectoria en las redes sociales	Indicar en el artículo o noticia las fuentes utilizadas y el nivel de verificación de la información que se ha realizado
Construir una red de contactos y fuentes de información fiables en la red antes de que aparezca la noticia	Usar Whois para verificar páginas web	Si la información se ha publicado en un medio de comunicación en línea, ir actualizando o informando de posibles errores
	Utilizar herramientas en línea de verificación de imágenes, como TinEye ( <a href="http://www.tineye.com/">http://www.tineye.com/</a> )	
	Comprobar si se ha utilizado algún programa de manipulación de imágenes	
	Comprobar la información recibida a través de herramientas de <i>crowdsourcing</i>	

**Tabla 1. Protocolos de verificación de fuentes**

*Fuente: Elaboración propia.*

## Notas

11 Dirección de correspondencia: Martín Elena. C/ Reverend Joan Lloveras, 31B. E-08870, Sitges, UE.

## Bibliografía

- AGUDIEZ, P.; PRÍNCIPE, S.; REAL, E. (2007). «Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas?». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 13, p. 189-212.
- AL MASKATI, N. A. (2012). «Newspaper coverage of the 2011 protests in Egypt». *International Communication Gazette*, vol. 74 (4), p. 342-366.
- APAO LAZA, F. (2006). «Con Internet, cada ciudadano podrá ejercer como periodista al menos una vez en la vida». *La Voz Digital* [en línea]. <[http://www.lavozdigital.es/cadiz/prensa/20061022/sociedad/internet-cada-ciudadano-podra\\_20061022.html](http://www.lavozdigital.es/cadiz/prensa/20061022/sociedad/internet-cada-ciudadano-podra_20061022.html)> [Consulta: 30 marzo 2014].
- ARCHETTI, C. (2012). «Which future for foreign correspondence?». *Journalism Studies*, vol. 13 (5-6), p. 847-856.
- BOCZKOWSKI, P. J. (2004). «The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms». *Journal of Communication*, vol. 54 (2), p. 197-213.
- BOWMAN, B. S.; WILLIS, C. (2003). *We media: How audiences are shaping the future of news and information*. Reston: The Media Center.
- BRUNO, N. (2011). *Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- BRUNS, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative online news production*. Nueva York: Peter Lang.
- CALDERÓN, C. A.; NOCI, J. D. (2008). *Comunicación digital y ciberperiodismo: Nuevas prácticas de la comunicación en los entornos virtuales*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- CASTELLS, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. México: Siglo XXI.
- CLAYFIELD, M. (2012). «Tweet the press: How social media is changing the way journalists do their jobs». *Metro Magazine: Media & Education Magazine*, núm. 171, p. 92-97.
- COZMA, R.; CHEN, K.-J. (2013). «What's in a tweet?». *Journalism Practice*, vol. 7 (1), p. 33-46.
- DEUZE, M. (2008). «Toward a sociology of online news?». En: PATERSON, C.; DOMINGO, D. (ed.). *Making online news: The ethnography of new media production*. Nueva York: Peter Lang, p. 45-60.
- DIAKOPOULOS, N.; CHOUDHURY, M. de; NAAMAN, M. (2012). «Finding and assessing social media information sources in the context of journalism». En: *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Nueva York: ACM, p. 2451-2460.
- FLORES, J.; AGUADO, G. (2006). «Claves de los weblogs y su influencia en la prensa tradicional». *Doxa Comunicación*, núm. 4, p. 141-160.
- FONDEVILA GASCÓN, J. (2010). «El cloud journalism: un nuevo concepto de producción para el periodismo del siglo XXI». *Observatorio (OBS) Journal*, vol. 4 (1), p. 19-35.
- FRANKLIN, B.; CARLSON, M. (2010). *Journalists, sources, and credibility: New perspectives*. Nueva York: Routledge Chapman & Hall.
- GANS, H. J. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Nueva York: Pantheon.
- GILLMOR, D. (2006). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Newton: O'Reilly Media.
- GOFFMAN, E. (1974). *Frame analysis*. Nueva York: Harper & Row.
- HABERMAS, J. (1994). *Tres modelos de democracia: sobre el concepto de una política deliberativa*. Valencia: Episteme.
- HANNERZ, U. (2012). *Foreign news: Exploring the world of foreign correspondents*. Chicago: University of Chicago Press.

## M. ELENA I M. CÓMEZ NADAL

- HEDMAN, U.; DJERF-PIERRE, M. (2013). «The social journalist». *Digital Journalism*, vol. 1 (3), p. 368-385.
- HEINRICH, A. (2012). «Foreign reporting in the sphere of network journalism». *Journalism Practice*, vol. 6 (5-6), p. 766-775.
- HERMIDA, A. (2010). «Twittering the news». *Journalism Practice*, vol. 4 (3), p. 297-308.
- (2012). «Social journalism: Exploring how social media is shaping journalism». En: *The handbook of global online journalism*. Nueva Jersey: Wiley-Blackwell, p. 309-328.
- (2013). «#Journalism». *Digital Journalism*, vol. 1 (3), p. 295-313.
- HERMIDA, A.; LEWIS, S.; ZAMITH, R. (2014). «Sourcing the Arab Spring: A case study of Andy Carvin's sources during the Tunisian and Egyptian revolutions». *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 19 (3), p. 479-499.
- HOWE, B. J. (2006). «The rise of crowdsourcing». *Wired Magazine*, núm. 14, p. 1-5.
- JENKINS, H.; PUROSHOTMA, R.; CLINTON, K.; WEIGEL, M.; ROBISON, A. J. (2005). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st Century*. Chicago: MacArthur.
- JHA, S. (2008). «Why they wouldn't cite from sites: A study of journalists' perceptions of social movement web sites and the impact on their coverage of social protest». *Journalism*, vol. 9 (6), p. 711-732.
- KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. (2010). «Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media». *Business Horizons*, vol. 53 (1), p. 59-68.
- KOVACH, B. (2006). «Toward a new journalism with verification». *Nieman Reports* [en línea]. <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/100292/Toward-a-New-Journalism-With-Verification.aspx>> [Consulta: 30 marzo 2014].
- KRISTENSEN, N. N.; MORTENSEN, M. (2013). «Amateur sources breaking the news, metasources authorizing the news of Gaddafi's death». *Digital Journalism*, vol. 1 (3), p. 352-367.
- LEUVEN, S. van; HEINRICH, A.; DEPREZ, A. (2015). «Foreign reporting and sourcing practices in the network sphere: A quantitative content analysis of the Arab Spring in Belgian news media». *New Media & Society*, vol. 17 (4), p. 573-591.
- LIVINGSTON, S.; ASMOLOV, G. (2010). «Networks and the future of foreign affairs reporting». *Journalism Studies*, vol. 11 (5), p. 745-760.
- LOTAN, C.; GRAEFF, E.; ANANNY, M.; GAFFNEY, D.; PEARCE, I.; BOYD, D. (2011). «The revolutions were tweeted: Information flows during the 2011 Tunisian and Egyptian revolutions». *International Journal of Communication*, 5, p. 31.
- MACÍÁ BARBER, C. (2007). «No todos somos ya periodistas. Un análisis de la utopía del periodismo ciudadano desde la perspectiva del reportaje interpretativo». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 13, p. 123-144.
- MARTÍNEZ, M.; MADARIAGA, J. M. (2005). «Democracia digital: nuevos medios y participación ciudadana. Experiencias en la red de la población inmigrante en España». *Portularia. Revista de Trabajo Social*, núm. 5, p. 21-34.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1997). *El ocaso del periodismo*. Barcelona: Cims 97.
- MATTELART, A. (2007). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.
- MAXWELL HAMILTON, J.; LAWRENCE, R. G. (2010). «Bridging past and future». *Journalism Studies*, vol. 11 (5), p. 683-699.
- MERAZ, S. (2009). «Is there an elite hold? Traditional media to social media agenda setting influence in blog networks». *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 14 (3), p. 682-707.
- MERAZ, S.; PAPACHARISSI, Z. (2013). «Networked gatekeeping and networked framing on #Egypt». *The International Journal of Press/Politics*, vol. 18 (2), p. 138-166.
- MESSNER, M.; DISTASO, M. W. (2008). «The source cycle». *Journalism Studies*, vol. 9 (3), p. 447-463.
- MONROY, A.; BOYD, D.; KICIMAN, E.; CHOUDHURY, M. de; COUNTS, S. (2013). «The new war correspondents: The rise of civic media curation in urban warfare». *Proceedings of the 2013 Conference on Computer Supported Cooperative Work*, p. 1443-1452.
- MURILLO, M. (2009). «Periodismo ciudadano: dudas e interrogantes». En: *Estudios de periodística, XIV: Periodismo ciudadano, posibilidades y riesgos para el discurso informativo*. [Comunicaciones y ponencias del X Congreso de la Sociedad Española de Periodística, Salamanca]
- NEWMAN, N. (2009). *The rise of social media and its impact on mainstream journalism*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- NOCI, J. D.; SALAVERRÍA, R. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

## LOS MEDIOS SOCIALES COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

- NOGUERA, J. M.; CORREYERO, B. (2008). «El periodismo ciudadano en la cobertura de la masacre de Virginia». *Textual & Visual Media*, núm. 1, p. 237-254.
- ORIHUELA, J. L.; SANTOS, M. L. (2004). «Los weblogs como herramienta educativa: experiencias con bitácoras de alumnos». *Quaderns Digitals*, núm. 35, p. 1-7.
- PABLOS, J. de (2006). «Fuentes mudas (en la web): periodismo transpropaganda». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 12, p. 115-144.
- PATERSON, C. A.; DOMINGO, D. (2011). *Making online news: The ethnography of new media production*. Nueva York: Peter Lang.
- PAVLIK, J. V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- REDONDO, M. (2005). *Internet como fuente de información en el periodismo internacional*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- (2007). «Un análisis de contenido dual. Propuesta metodológica para el estudio de Internet como fuente». *Empiria: Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, núm. 13, p. 35-58.
- RODRIGO, M. (2005). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- ROSENBERG, S. (2010). «In the context of web context: How to check out any Web page». *Wordyard* (en línea). <<http://www.wordyard.com/2010/09/14/in-the-context-of-web-context-how-to-check-out-any-web-page/>> [Consulta: 21 noviembre 2014]
- RYFE, D. M. (2013). *Can journalism survive?: An inside look at American newsrooms*. Cambridge: Polity Press.
- SÁDABA, T. (2001). «Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en comunicación». *Comunicación y Sociedad*, vol. 14 (2), p. 143-175.
- SALVAT, G.; PANIAGUA, P. (2007). «¿Es esto periodismo, ciudadano?». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 13, p. 227-246.
- SAMBROOK, R. (2010). *The changing face of international news*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- SCHUDSON, M.; ANDERSON, C. (2008). «Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism». En: *Handbook of Journalism Studies*, p. 88-101.
- SILVERMAN, C. (2010). «How to lose your gut : The journalist's guide to gutless online verification». *Columbia Journalism Review* (en línea). <[http://cjr.org/behind\\_the\\_news/how\\_to\\_lose\\_your\\_gut.php?page=all](http://cjr.org/behind_the_news/how_to_lose_your_gut.php?page=all)> [Consulta: 27 noviembre 2014].
- TERZIS, G. (2014). *Routledge studies in European communication research and education*. Vol. 4: *Mapping foreign correspondence in Europe*. Londres: Routledge.
- TUCHMAN, G. (1978). *Making News*. Nueva York: Free Press.
- TULLOCH, C. (2004). *Corresponsales en el extranjero: mito y realidad*. Pamplona: EUNSA.
- (2010). «Cuando las noticias llegan del extranjero». En: CAMACHO, I. (ed.). *La especialización en el periodismo*. Sevilla: Comunicación Social, p. 193-211.
- VEENSTRA, A. S.; IYER, N.; HOSSAIN, M. D.; PARK, J. (2014). «Time, place, technology: Twitter as an information source in the Wisconsin labor protests». *Computers in Human Behavior*, núm. 31, p. 65-72.
- VERWEU, P.; NOORT, E. van (2014). «Journalists' twitter networks, public debates and relationships in South Africa». *Digital Journalism*, vol. 2 (1), p. 98-114.
- VIDAL COY, J. L. (2011). «Reporteros, documentación y ciudadanos periodistas». *Anales de Documentación*, vol. 14 (1), p. 1-15.
- VINADER, R.; CUADRA, E. de la (2012). «Televisión 2.0: las estrategias comunicativas en la web social». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 18, p. 909-918.
- WESTERMAN, D.; SPENCE, P.; HEIDE, B. van der (2014). «Social media as information source: Recency of updates and credibility of information». *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 19 (2), p. 171-183.
- ZELIZER, B.; ALLAN, S. (2011). *Journalism after September 11*. Nueva York: Taylor & Francis.





## 7.2. Publicación 2: Framing international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi

Elena, M. (2016). Framing international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi. *Communication & Society* 29(3), 119-131.  
*ISSN: 2014-0039 / E ISSN: 2386-7876 /*  
*DOI: 10.15581/003.29.3.119-130*  
<http://www.unav.es/fcom/communication-society/en/resumen.php?artid=584>



---

**Martin Elena**

[martin.elena@upf.edu](mailto:martin.elena@upf.edu)  
PhD Candidate, Department of  
Communication, Pompeu Fabra  
University, Spain.

---

**Submitted**

November 27, 2015

**Approved**

April 7, 2016

---

© 2016

**Communication & Society**

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.29.3.119-130

[www.communication-society.com](http://www.communication-society.com)

---

2016 – Vol. 29(3),

pp. 119-130

---

**How to cite this article:**

Elena, M. (2016). Framing  
international media in the face of  
social movements: CNN and Al-  
Jazeera English in the fall of Morsi:  
*Communication & Society* 29(3), 119-  
130.

## **Framing international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi**

**Abstract**

This research paper aims to analyse and compare the role of two of the major television networks in international news coverage, Al-Jazeera English and CNN, in relation to one of the most important social movements of the last decade known as the Arab Spring. The study specifically focuses on Egypt during the coup of July 2013, when President-elect Mohamed Morsi was overthrown by the army after weeks of protests. Through a qualitative content analysis based on the framing theory, we will look at the position of both channels regarding a coup emerging from popular uprisings and identify the differences between the two channels. The results show frames matching the definition of conflict (crisis and coup), military power and the legitimacy of democracy. As for divergences, it highlights CNN's stance towards the coup as a necessary evil, while Al-Jazeera English takes a more Islamist approach and prefers to emphasize its democratic legitimacy. The transition to democracy in Egypt is not seen as a linear process of uninterrupted progress, but events such as the coup are seen as slight setbacks in the development of the conflict. These setbacks are a result of the dynamics of power in Egypt, where the military remain in charge above and beyond social movements.

**Keywords**

Arab spring, Egypt, framing, CNN, Al-Jazeera English, TV news, journalism

### **1. Introduction**

The phenomenon of democratic revolutions in Arab countries has generated significant academic output in the field of social sciences and politics, in which they are compared to other revolutions and democratic transitions that have affected groups of countries in a short period of time, such as the fall of the Berlin Wall. Hale talks of a regime change cascades in reference to the transnational nature of the processes (Hsalle, 2013).

The so-called Arab Spring has predominated in such research focused on social movements. Given the revolutionary nature of the

process and the importance of social media in its development, studies on what happened in Arab countries form part of research that at the time examined the relationships between social movements and their communication strategies, such as the Zapatista movement in 1994 (Castells, 2012), the Battle of Seattle during the protests against the World Trade Organization in 1999 (Rheingold, 2004) and the Iranian Green Movement in 2009 (Burns & Eltham, 2009).

Significant scientific investigation has propagated in the field of communication too, due to its leading role in these revolutions. The Arab democratic revolutions as events comply with the elements that afford them journalistic worth within the trend of news value research, that is, they all qualify as international news stories. Many of the classic parameters of Galtung and Ruge, who define the factors required for an event to be newsworthy as frequency, threshold, unambiguity, meaningfulness, consonance, unexpectedness, continuity, composition, eliteness, personalization and negativity (Galtung & Ruge, 1965), are present in the case of the Arab uprisings.

Since the self-immolation of the street vendor Mohamed Bouazizi in the Tunisian city of Sidi Bouzid, the Arab democratic revolutions have spread throughout North Africa. They started in 2010 and continue until now. The government of Ben Ali in Tunisia fell, the government of Gaddafi in Libya also fell, as did the governments of Mubarak and Morsi in Egypt, while Syria is currently in the midst of a civil war. In the rest of the Arab countries, major protests occurred that affected their respective governments to differing degrees (Lotan *et al.*, 2011).

These popular revolts managed to overthrow authoritarian governments who had remained in power for decades and become headline news around the world. Reporters, correspondents and international sections covered these revolutions directly. Different news channels and newspapers, including major players such as CNN and Al-Jazeera, gave priority to Egypt's news round the clock. Programmes were interrupted to broadcast the latest news of the Egyptian protests and many newspapers and other media channels changed sides during this period (AlMaskati, 2012: 343). In light of the newsworthy value of this social movement, this research paper aims to analyse and compare two of the major international news television channels, CNN and Al-Jazeera English, in their news coverage of the Arab uprisings in Egypt.

Television was chosen as the medium for analysis as it is the preferred communication vehicle used by people to find out what is happening and because at the moment it still has the most extensive scope and influence (Eurobarometer, 2008; Ghannam, 2011; Kevin, Pelicanò & Schneeberger, 2013; Pew Research Center, 2012). Thus, we concur with Borrat and Fontcuberta in the role that television plays nowadays:

When a person buys a newspaper he has already heard about the latest events from the radio and the television. The press is no longer needed to provide news stories but serves to explain them or to go into further depth. However, the reader must of course have a desire for this; as MacLuhan explained, television, unlike the press, is a hot medium that can be received with little exertion (Borrat & Fontcuberta, 2006: 35).

The decision to focus on Al-Jazeera English and CNN was taken as they are the two largest channels for international conflict coverage and also top the ratings, as well as having a clear mission to report news stories framed within a global outreach (Kevin *et al.*, 2013; Pew Research Center, 2012; Valassopoulos, 2012).

CNN is the leading North American channel for international coverage (Pew Research Center, 2012). Its prestigious programme CNN World Report, which has been aired since the eighties, is at the forefront in international news reporting. The importance of this channel is reflected in the expression "the CNN effect", used by Freedman to refer to the channel's

ubiquity – it has correspondents all over the world – and for becoming a benchmark for its news reporting of the Gulf War in 1991 (Robinson, 2005).

Al-Jazeera English is a Qatari channel with a global fact-finding mission coupled with a high degree of specialization in news agenda for Arab and Muslim countries. It has extensive satellite coverage that affords it an international presence (Kevin *et al.*, 2013; Miles, 2006; Valassopoulos, 2012). Why Al-Jazeera English and not Al-Jazeera Arabic? Firstly, it might be considered a research limitation for linguistic reasons, and in fact it is, but we found comparative studies between Al-Jazeera Arabic and Al-Jazeera English that reveal that differences between the two versions of the same channel are fairly minor, apart from the language (Fahmy & Al Emad, 2011). In fact, the correspondents Ayman Mohyeldin and Josh Rushing speaking about the relationship between Al-Jazeera English and Al-Jazeera Arabic stated that it is virtually the same channel, where content is shared and they report to the same general manager (Meltzer, 2013). Meanwhile, we also found research that highlighted the differences between the channels. The director of Al-Jazeera English, Al Anstey, argued in 2010 that Al-Jazeera English is not a mere translation of Al-Jazeera Arabic, it is instead a completely independent channel, keen to differentiate itself from its version in Arabic (Loomis, 2009; Zayani, 2008). It is funded by advertising and contributions from the Emir of Qatar. These unrestricted resources have enabled it to be present in every corner of the planet with a network of reporters and foreign correspondents, many of whom come from the BBC.

With regard to the geographical area of the study, Egypt was chosen from among the Arab countries that have undergone major social movements as it is the Arab nation with the strongest international media impact. Apart from the interest that may be generated in the international sections of the media by a popular revolution or change in government, what happens in Egypt affects areas that are sensitive to international geopolitics. It is these international effects that stimulate a high degree of media interest, especially in Arab countries and the United States (Segura, 2002).

The repercussions in the Arab world are the result of Egypt's significant influence in the region. It was the founder of the Arab League in 1945 and has the largest population in the region with over 80 million inhabitants. The revolution that started in the Tahrir Square is not an isolated insurgence; it forms part of the string of popular uprisings in North Africa yet it is fundamentally set apart from other revolutions as the protests twice managed to overthrow the government. The evolution of the situation in Egypt is uncertain. It is an ongoing and complex process involving numerous agents who have felt obliged to modify their initial positions as events unfold (Lotan *et al.*, 2011).

One of the most important international impacts is the economic effect caused by instability in Arab countries. Energy dependence on oil, with the Suez Canal as a supply route to the Mediterranean, is of concern to these governments. Meanwhile, as we mentioned above, these are not isolated revolutions; they have spread across the southern shore of the Mediterranean, generating political instability and resulting in military, commercial and migratory conflicts (Tagma, Kalaycioglu & Akcali, 2013). The last international backlash is the relationship with the United States. In relation to the Arab-Israeli conflict, Egypt had become, from the time of Al-Sadat in the Seventies, an ally to the United States and guarantor of the safety of Israel, North America's leading ally in the area (Jellissen, 2012; McDermott, 2013; Segura, 2002; Tagma *et al.*, 2013).

For the development and feasibility of our analysis, we established a timeline for our subject of study. We chose the month of the ousting of President Mohamed Morsi, from 1 to 31 July 2013, with the fall of Morsi occurring in the first week of the period examined. Our aim was therefore to analyse the framing by the channels selected in the days before and after the military coup, considered an exceptional event (Grossi, 1981).

The fall of the Morsi government was considered interesting to investigate as it is an extraordinary recent event that had been relatively underexplored and had been preceded by another unexpected change of government, the fall of Mubarak in 2011. There is a great deal of research and analysis of the events of 2011 that serve as an indication of the state of affairs and the evolution of the conflict, but not as a comparison of both events, as these investigations present major differences. Apart from occurring in another period of time, they are not focused on by the channels that we are examining in this study.

We might summarize other differences by contextualizing. The fall of Mubarak came about after two weeks of protest against an authoritarian government, perpetrated in power for 30 years through limited elections and in a state of emergency since the Eighties. Opposition to Mubarak brought together Islamists and secular groups, producing two firmly differentiated bands with opposing interests. Meanwhile, Morsi's government was the first to be voted in through free elections and was deposed by the army a year after it was appointed, after weeks of protests among the president's supporters and opponents. In this sense secular opposition to Morsi and the forces of the old regime clashed with the government elect, but with objectives that were not always aligned. In light of this new situation Fontana states:

Those who heeded only the spectacle in the Tahrir square, publications on Facebook and other demonstrations televised around the world believed that the dozen secular parties competing for power would gain the majority vote, without taking into account the long-term activities of Islamists, who for years had maintained the only health centres to be found in the most deprived areas and who helped poor families to send their children to school (Fontana, 2013: 100).

This is why it is interesting to look at the media's treatment of the opposition. After justifying the aim of the study, we composed the following research questions in order to achieve our research aims:

- RQ1: What are CNN and Al-Jazeera English's reference frames in the Egyptian conflict?
- RQ2: Are there any differences between the news focus by CNN and Al-Jazeera English in the Egyptian conflict?
- RQ3: Do the channels analysed maintain stable reference frames or are there shifts as the conflict evolves?

## **2. State of the art**

Studying TV news about a chosen exceptional event, in line with the Grossi theory, implies recognition of the media as creators of schema or public reference frameworks (Grossi, 1981). These frameworks help us to identify the positioning of the channels analysed. The socially recognized and legitimized frames generated by the media are a fundamental part of the social construction of reality (Berger & Luckmann, 1968). According to Tuchman, frameworks created by the media, in particular news stories, are constructed through an interpretation of reality from the individual frameworks of the journalist and the collective frameworks of the organisation for which he or she works (Tuchman, 1978). It is a question of adapting the sociological frame concept (Goffman, 1974) to communication research.

This adaptation adheres to the objectives of our research. By examining the framing process undergone by two channels, we understand that each channel generates its own frameworks and that these are created from an individual and collective interpretation of events. In the individual interpretation the journalist's subjectivity is implicit, discarding the objectivist paradigm of positivism when creating news stories. Yet the collective interpretation is also important, where the editorial line of each channel may end up

shaping the focus of how the reality is presented. To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described (Entman, 1993: 52).

A look at published academic articles on democratic revolutions in Arab countries shows there are concurrent frames. The socio-political research that defines reference frameworks of the protests in Egypt in 2011 (Clarke, 2013), as well as research that defines the frameworks detected in the media (Fornaciari, 2011; Hamdy & Gomaa, 2012) follow the same trend. Further to the definition of frame by Entman we grouped together the dominant frames detected into “problem definition”, “causal interpretation”, “moral evaluation” and “treatment recommendation” (Entman, 1993).

Regarding problem definition, the dominant frame in research reviewed is that of “revolution” (Clarke, 2013; Fornaciari, 2011; Hale, 2013; Hamdy & Gomaa, 2012; Seigneurie, 2012; Singerman, 2014). Problem definition as “transnational” is also important. Even though all the studies frame Egypt within the Arab Spring and not as a separate phenomenon, it is important to note that the Al-Jazeera channel is given the responsibility of constructing this definition framework (Cottle, 2011; Hale, 2013; Lim, 2013).

Causal interpretation is less uniform but two dominant causal frames in the preceding articles can be highlighted: “economic conditions” (Clarke, 2013; Hamdy & Gomaa, 2012; Seigneurie, 2012) and “lack of democracy” (Cottle, 2011; Hale, 2013; Seigneurie, 2012; Singerman, 2014). A third causal frame, at times difficult to differentiate from “lack of democracy”, is the frame “human rights”, that is, everyday social conditions such as the situation of women or police repression, rather than political organization and legislation. Moral evaluation reflects an identification with the protests through the frame “legitimacy”, with indicators such as justice, resistance, international recognition, engagement and non-violence to name but a few (Cottle, 2011; Hale, 2013; Hamdy & Gomaa, 2012; Seigneurie, 2012; Singerman, 2014). Lastly, as treatment recommendation, there is the frame “change of regime” (Hale, 2013; Singerman, 2014).

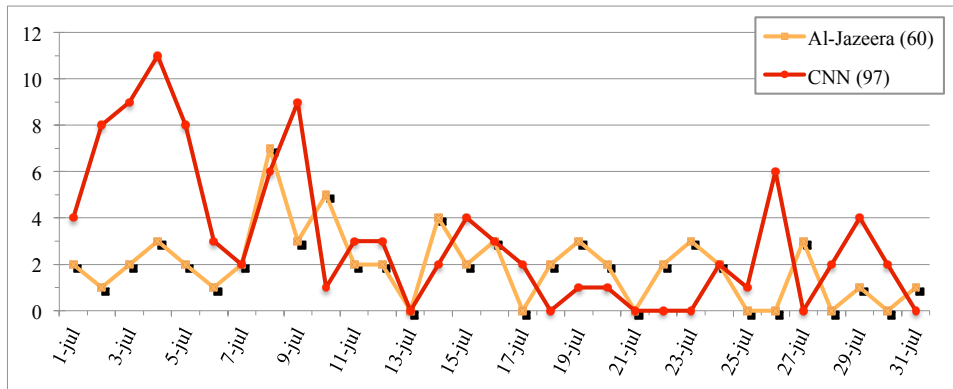
### **3. Methodology**

In our research we methodologically used qualitative content analysis to identify the different frames. After studying the selected TV news stories we arranged the content into different predefined categories, bearing in mind frequency, emphasis, selection or exclusion, while also evaluating the context and sender, among other aspects. We adapted to the bottom-up methodological model, according to which, after collecting information, reviewing current documents and analysing the sample, we identified a set of preliminary frames. From the preliminary frames we constructed dominant frames, each with its own characteristic indicators.

The units analysed were selected by collecting video pieces from news stories on the websites of the channels studied and their respective YouTube channels. It is important to note that the news pieces are viewed in isolation, without the introductory presentation by the journalist in the studio, and therefore obtaining samples through the online divisions of the respective channels presupposes a limitation. The procedure consisted of a limited search from 1 to 31 July 2013 using the key word “Egypt”. The search provided us with around 400 hits, of which we eliminated those belonging to special programmes and duplicated results. We thus ended up with edited pieces from news programmes. The decision to discard special reports was taken in line with our objective of identifying the channel’s framework. We were able to identify this framing more clearly in brief news pieces rather than special reports, which contained a greater variety of interpretive frames that usually included participation by the different sectors involved.

CNN provided us with 97 analysis units and Al-Jazeera English 60 such units. After viewing the reports, a list of key words, recurring concepts and images shown or omitted was drawn up, from which we inferred the corresponding dominant frames.

**Graph 1.** Number of news pieces analysed per day



Source: own elaboration

### 3. Analysis and Results

#### 3.1. Al-Jazeera English

The definition of the problems according to Al-Jazeera English is framed as national division and crisis, with each news story showing images and voices of both parties during an initial period. As the conflict evolved and after the arrest of President Morsi, his followers and the Muslim Brotherhood became more and more prominent in the news stories examined. In all live connections the correspondent gives his or her report with pro-Morsi demonstrations in the background. It is then described as a military coup, with the strong presence of the army and references to president Morsi as a democratically elected president. Also prominent is the increase of violence subsequent to the military coup and the arrests of pro-Morsi members of the Muslim Brotherhood. Internationally Al-Jazeera English frames the conflict within Arab countries, establishing the same divide as within Egypt itself, that of a pro-Morsi faction backed by Tunisia, Qatar, Turkey and Palestine and an anti-Morsi group backing action by the army and supported by Syria, Saudi Arabia, the United Arab Emirates and Kuwait. The latter three countries are also singled out for their support of the coup and for funding the new emerging government. At no time is any mention made of interference by North America, although there are references to the fact that it continues to make its annual financial contribution to the Egyptian army.

The dominant causal interpretation by Al-Jazeera English is the framing of military power as responsible for the events. This is an underdeveloped focus as the causes of the conflict are not explored in depth. The news stories are more descriptive than interpretive and the *why* factor is largely ignored. Thus, the moral evaluation exercised by emphasising the power of the military forces, its relationship to the previous Mubarak regime, the democratic legitimacy of president Morsi and the definition as a coup coupled with violence and news censorship all offer us an antagonistic view of the army.



As regards political solutions, Al-Jazeera English does not offer clear lines of action. One dominant theme is that the coup has brought confusion and a loss of leadership. The absence of a prime minister and an unknown president, chosen by the army, undermine the coup as a solution to the existing problem. In news pieces that mention negotiation, reconciliation or transition as a solution to the conflict the channel explains that these are proposals by a temporary non-elected government and that the Muslim Brotherhood played no part in them. The dominant frame in the conflict according to Al-Jazeera English is military power, which once again starts to control Egyptian politics in the same way as before the Tahrir Square uprising against Mubarak in 2011<sup>1</sup>.

### 3.2. CNN

CNN defines the problem first as a crisis and then as a coup, although by using the word 'coup' an interesting discussion arises according to which journalists insist on this definition while the opposition, the military and the White House refuse to define it as such. In terms of the international impact of the conflict, CNN only provides the American frame, with reactions from the White House and concern for Egypt as the most prominent Arab ally in the area. Frequent references are made to the multi-million dollar military aid the Egyptian army receives from the United States. According to the agreements signed, in the event of recognizing the ousting of Morsi as a coup CNN considers this aid should be halted. In fact, the news on 27 and 28 July emphasizes that the sending of F-16 fighter planes by the United States to the Egyptian government has ceased, further to the uncertain evolution of the conflict.

CNN's dominant frame of causal interpretation is the isolation of the government<sup>2</sup>. Mohamed Morsi has only governed for his voters; he has ignored the political opposition and has not counted on the support of the police or military, which are still the country's most powerful institutions led by the same elites as in the time of Mubarak. On a second level of causal interpretation, we can observe the economic crisis frame, with clear indicators of the worsening of the economic situation and a shortage of energy supplies such as petrol, water and electricity. Uncertainty is the third causal interpretation frame, with attention drawn to indicators such as an increase in violence, rioting resulting in deaths and injuries and no police presence before the coup.

CNN's moral evaluation is the most complex aspect; even though it defends the democratic legitimacy of Mohamed Morsi's overthrown government and military action is defined adversely as a coup, it seems also to infer that the coup was the only feasible way out of a political stalemate for which the government was responsible due to its inability to dialogue with the opposition and one that only the army had the capacity to disengage. Among recommendations proposed, ideas include the holding of new elections in which all sectors of Egyptian society would be represented, including Islamists, but it was stressed that the Muslim Brotherhood refused to participate in any kind of negotiation with the government after the coup. Unlike the previous elections, in order to resolve the conflict, the winner of future elections must let the opposition take part in government action.

From the news treatment lent to the conflict by CNN we can extract a dominant frame related to the second stage of the revolution. The coup is shown as a negative but necessary event in the transition towards a new democracy in Egypt, after the previous experience of a democratically elected Islamic government that failed as a result of its inexperience. Political Islam's capacity to govern is rebuffed.

---

<sup>1</sup> Al-Jazeera English News 18/07/2013: <https://www.youtube.com/watch?v=aoRfYoquzUk>

<sup>2</sup> CNN News 04/07/2013: <http://edition.cnn.com/videos/world/2013/07/03/intl-morsy-military-bluff-sabra-intv.cnn>

**Table 1.** Main key words and recurring concepts

<b>CNN</b>	<b>Al-Jazeera English</b>
Army (33%)	Military power (23%)
Coup (33%)	Pro-Morsi demonstrations (21%)
Violence (27%)	Coup (16%)
Economic crisis (19%)	National divide (6%)
Recover democracy (15%)	Democratic legitimacy (5%)
National divide (13%)	Civil war (5%)

Source: Own elaboration

### 3.3. Differences between Al-Jazeera English and CNN

After responding to our first research question (RQ<sub>1</sub>) and identifying the dominant frames of each channel in the conflict, we examined the differences between them in order to look at the second research question (RQ<sub>2</sub>). There are significant differences, but when analysing the event as a whole, both channels frame it as a coup whereby the democratically elected president was removed. Therefore, overall we might refer to a common reference framework.

In the first stage of the conflict analysed, preceding the coup, it is interesting to note that Al-Jazeera English emphasizes the concept of division and constantly shows the two parties in dispute. On CNN there is an over-representation of opposition demonstrations and Morsi's followers have a scant presence, whereby the inference is that the conflict is affecting just one side. Yet after the coup Al-Jazeera English commits more airtime to the pro-Morsi demonstrations while consistently underlining their peaceful nature. In this vein, on 31 July, Al-Jazeera English broadcasts a news story in which it questions whether the anti-Morsi demonstrations prior to the coup were as massive as the media reported.<sup>3</sup> After the coup CNN also included the pro-Morsi demonstrations in its reports, yet still showing demonstrations in favour of the army.

As we have seen in the identification of frames, Al-Jazeera English does not explore the causes in depth, while CNN underlines economic reasons, poor management and lack of democratic experience by the government. Both channels define the government as democratically elected, but CNN, using experts and politicians, includes the fact that democracy does not merely consist of voting, but also includes civil liberties and governmental management. According to CNN, Morsi mismanaged his power; he was democratically elected but did not govern democratically. Thus, while the coup is not legitimized, it is justified.

Another prominent difference is the perception of violence. Al-Jazeera English highlights the amount of violence after the coup. Before the coup there were reports of deaths and injuries, but to a limited degree, while after the coup we are shown violent scenes and blood, with the Islamists as victims of the army. The idea is put forward that the coup has brought instability and violence to the conflict. On CNN an increase in violence is also perceived after the coup, although it is more focused on protests by the Islamists than on military repression. Before the coup, CNN conveyed a sense of instability and insecurity, as neither the police nor the army were on the streets during the protests, having refused to obey the orders of a weak government. When CNN reports on deaths and injuries it always specifies that they are from both sides. An example is the massacre on 8 July in which 50 Islamists and an official were killed. The actual perpetrator of these deaths is left up in the air due to the highly confusing events. It also puts forward the government's version

<sup>3</sup> Al-Jazeera English news 31/07/2013: <https://www.youtube.com/watch?v=J5IadhVPvMs>

whereby repression by the police is justified due to the presence of an armed demonstrator.<sup>4</sup> In this specific example Al-Jazeera English illustrates with witnesses on the scene that the 50 dead demonstrators were killed by police bullets<sup>5</sup>. Like CNN, Al-Jazeera English includes the official version of events, while underlining that it is the official television version, in line with the military's interests.

At international level we see how each channel adapts the conflict to different scenarios. Al-Jazeera English focuses on Arab countries and CNN on the United States. It is important to note CNN's over-representation of the influence of the USA on the conflict through a considerable number of news reports. The pan-Arab trend by Al-Jazeera English, as mentioned above, is seen by the army as negative and pro-Islamist. Mubarak used the army to close down Al-Jazeera Arabic during the 2011 revolutions and it then happened again after the coup, revealing the clash between Al-Jazeera and the Egyptian military<sup>6</sup>. The other western channels, led by CNN, are subject to incidents but they continue to broadcast. Henry Hale defines Al-Jazeera's framing as advocating the protests:

Al-Jazeera not only came to span virtually the entire Arab world in its coverage during the 2000s, but also through its editorial policies crafted a specific frame of a single good Arab "street" standing up against corrupt and non-representative regimes, a frame that it then imposed on its coverage of the 2011 Arab uprisings. (Hale, 2013: 340)

Lastly, when comparing differences, the way the news is treated becomes an interesting focal point. CNN's news reports are mainly interpretative and at times border on straight opinion. There are frequent contributions from experts expressing their viewpoint. We are also shown corrections by journalists of statements from leading figures opposed to the channel's interpretation. Al-Jazeera English also presents interpretative reports but unlike CNN they are closer to description than to opinion.

**Table 2.** Dominant frames

FRAMES	RESEARCH January 2011	CNN July 2013	Al-Jazeera English July 2013
PROBLEM DEFINITION	Revolution	Crisis and Coup	National divide, crisis and military coup
CAUSAL INTERPRETATION	Economic conditions and lack of democracy	Morsi isolation	Military power
MORAL EVALUATION	Revolution legitimacy	Necessary coup	Negative coup
TREATMENT RECOMMENDATION	Change of regime	New elections	Uncertain future
DOMINANT FRAME	Democratic revolution	2nd stage revolution	Military power

Source: Own elaboration

### 3.4. Evolution of the frames

Regarding the evolution or the stability of the frames of each channel which was looked at in the third research question (RQ3), it can be observed that the channels preserved consistent frames, particularly Al-Jazeera English that maintained a pro-democratic and anti-military framing. CNN presents a gradual diminishing of the frame of the government's democratic legitimacy. Little by little the errors committed by Morsi are emphasized, to the extent of

<sup>4</sup> CNN news 09/07/2013; <https://www.youtube.com/watch?v=LKiiUGMSMLk>

<sup>5</sup> Al-Jazeera English news 09/07/2013; <https://www.youtube.com/watch?v=QjimmmdFjcA>

<sup>6</sup> Al-Jazeera English news 05/07/2013; <http://www.aljazeera.com/news/middleeast/2013/07/201374223725841263.html>

relating the Muslim Brotherhood to Al-Qaeda and Jihadist terrorism. Another frame that evolves gingerly on CNN is that of the licitness of the military. The army starts off as a guarantor of order and national stability but after the coup it loses legitimacy following excessive repression and the deaths of pro-Morsi demonstrators.

Yet the most interesting shift is that of the 'coup' frame to define the conflict. In the first week of the month under analysis we see a struggle, a frame contest (Ryan, 1991) in an attempt to establish the dominant frame. CNN defines it as a coup from the start, but the over-representation of the opposition and the army who reject the definition of 'coup', along with the shift in the White House's position – first talking about a coup and then avoiding the word – generates an interesting debate in which CNN journalists remain firm in their concept of a coup. In the end, the word is used so much to define and to negate that it resembles Lakoff's elephant: it is impossible not to think about it (Lakoff, 2007). Al-Jazeera English consistently defines the conflict as a coup, although there are other interpretations that negate the concept when opposition spokespeople are given a voice, highlighting popular support of the military.

#### **4. Discussion and conclusions**

Al-Jazeera English's coverage was initially balanced, giving voice and presence to all the agents in the conflict. After the coup, it took the side of the overthrown legitimate government and afforded greater presence to pro-Morsi discourse. By providing a descriptive approach to the news, the drawback was that it did not enter into a more detailed analysis of the causes and consequences. Meanwhile, continuing with this non-interpretative line, we saw how Al-Jazeera English required fewer minutes to explain the conflict than CNN. The open debate on the Arab channel focused on its pro-Arab or pro-Islamist framing. Although it defines itself as a global news channel, we saw how the international repercussions of the conflict focused on Arab countries. Thus, from the research carried out here we can identify a trend towards democratic Islamism. It is worth highlighting here that the channel has encountered significant censorship problems almost always while under self-proclaimed authoritarian Arab governments.

The American channel offered extensive coverage lasting several hours, examining the conflict's causes and effects in in-depth manner, but, as we indicated in the results section, through an interpretation that was closer to the opposition to president Morsi while maintaining a certain distance from the military. Through the appearance of experts and analysts significant weight was given to opinion as a journalistic genre within the news reports. This journalistic practice might be understood as the desire to explore the story further, but it might also be understood as the desire to convey a certain point of view.

CNN's independence in news reporting with regard to the US government's position is important as they maintain differing positions towards the concept of a coup – denied by the White House and reaffirmed by CNN – as well as its emphasis on the financial relationship between the US government and the Egyptian army. These data are, in many ways, compromised by the fact that both the news channel and the Obama administration attempt to maintain a certain distance from the military coup. In fact the omission of the word coup by the American government is in response to the explicit relationship it holds with its largest Arab ally in the Middle East. The USA is keen not to be identified with a coup and anti-democratic government, yet neither does it wish to stop funding its principal Arab ally. According to the heads of the American army, recognition of the coup as such implies the ceasing of aids by law. CNN does not report this directly but it may be construed that Egyptian military power comes from North American financial contributions (1,500 million dollars a year), so the inference is that the Egyptian army is not acting freely, uninfluenced by the White House.

However, there are more framing similarities than differences by both channels. Both defend democracy as a model and reject the military coup as a manner of seizing power although, according to CNN, religion and politics should be separated, thus denying the capacity of the Muslim Brotherhood and Islamist politicians to take power. The transition towards democracy in Egypt is not seen as a linear process of uninterrupted progress; instead, events such as the coup are seen as minor setbacks in the global development of the conflict. These setbacks occur due to the power dynamics in Egypt, where the army is still in command very much beyond social movements. In Egypt changes of government only occur under military consent; whoever governed had the army on their side.

## References

- AlMaskati, N.A. (2012). Newspaper coverage of the 2011 protests in Egypt. *International Communication Gazette* 74(4), 342–366.
- Berger, P.L. & Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Borrat, H. & Fontcuberta, M. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- Burns, A. & Eltham, B. (2009). Twitter free Iran: an evaluation of Twitter's role in public. Diplomacy and Information Operations in Iran's 2009 election crisis. *Record of the Communications Policy & Research Forum*, 298–310.
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge: Polity Press.
- Clarke, K. (2013). Aish, Huriyya, Karama Insaniyya: Framing and the 2011 Egyptian Uprising. *European Political Science* 12(2), 197–214.
- Cottle, S. (2011). Media and the Arab uprisings of 2011: Research notes. *Journalism* 12(5), 647–659.
- Entman, R.M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43(4), 51–58.
- European Commission (2008). *Eurobarometer. E-Communications Household Survey*. Brussels: European Commission.
- Fahmy, S.S., & Al Emad, M. (2011). Al-Jazeera vs Al-Jazeera: A comparison of the network's English and Arabic online coverage of the US/Al Qaeda conflict. *International Communication Gazette* 73(3), 216–232.
- Fontana, J. (2013). *El futuro es un país extraño*. Barcelona: Pasado&Presente.
- Fornaciari, F. (2011). Framing the Egyptian Revolution: A content analysis of Al Jazeera English and the BBC. *Journal of Arab & Muslim Media Research* 4(2+3), 223–235.
- Galtung, J. & Ruge, M. (1965). The Structure of Foreign News. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research* 2, 64–91.

- Ghannam, J. (2011). *Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011*. Washington: CIMA.
- Grossi, G. (1981). Professionalità e casi eccezionali. *Problemi dell'Informazione* 6(1), 71–86.
- Hale, H.E. (2013). Regime Change Cascades: What We Have Learned from the 1848 Revolutions to the 2011 Arab Uprisings. *Annual Review of Political Science* 16(1), 331–353.
- Hamdy, N., & Gomaa, E.H. (2012). Framing the Egyptian Uprising in Arabic Language Newspapers and Social Media. *Journal of Communication* 62(2), 195–211.
- Jellissen, S.M. (2012). Book Review: Elections and Distributive Politics in Mubarak's Egypt. *Comparative Political Studies* 45(4), 535–539.
- Kevin, D., Pelicanò, F. & Schneeberger, A. (2013). *Television News Channels in Europe*. Brussels: European Commission.
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político*. Madrid: Complutense.
- Lim, M. (2013). Framing Bouazizi: “White lies”, hybrid network, and collective/connective action in the 2010–11 Tunisian uprising. *Journalism* 14(7), 921–941.
- Loomis, K.D. (2009). A Comparison of Broadcast World News Web Pages: Al Jazeera English, BBC, CBS, and CNN. *Electronic News* 3(3), 143–160.
- Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., Pearce, I. & Boyd, D. (2011). The Arab Spring The Revolutions Were Tweeted: Information Flows during the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. *International Journal of Communication* 5, 1375–1405.
- McDermott, A. (2013). *Egypt from Nasser to Mubarak*. New York: Taylor & Francis.
- Meltzer, K. (2013). The US launch of Al Jazeera English in Washington, DC: An analysis of American media coverage. *Journalism*, 14(5), 661–677.
- Miles, H. (2006). *Al Jazeera. How Arab TV News Challenged the World*. London: Abacus.
- Pew Research Center (2012). *In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable*. Washington: Pew Research Center.
- Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social (Smart Mobs)*. Barcelona: Gedisa.
- Robinson, P. (2005). *The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention*. New York: Taylor & Francis.
- Ryan, C. (1991). *Prime Time Activism: Media Strategies for Grassroots Organizing*. Boston: South End Press.
- Segura, A. (2002). *Aproximación al mundo islámico: desde los orígenes hasta nuestros días*. Barcelona: UOC.
- Seigneurie, K. (2012). Discourses of the 2011 Arab Revolutions. *Journal of Arabic Literature* 43(2–3), 484–509.
- Singerman, D. (2014). Youth, Gender, and Dignity in the Egyptian Uprising. *Journal of Middle East Women's Studies* 9(3), 1–27.
- Tagma, H.M., Kalaycioglu, E. & Akcali, E. (2013). “Taming” Arab social movements: Exporting neoliberal governmentality. *Security Dialogue* 44(5–6), 375–392.
- Tuchman, G. (1978). *Making News*. New York: Free Press.
- Valassopoulos, A. (2012). Beyond Al-Jazeera. *New Formations* 76(1), 143–147.
- Zayani, M. (2008). Arab media, corporate communications, and public relations: The case of Al Jazeera. *Asian Journal of Communication* 18(3), 207–222.

7.3. Publicación 3: Los *social media* como fuente de información en conflictos internacionales. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la televisión de Cataluña durante la Primavera Árabe egipcia

Elena, M. y Tulloch, C.D. (2017). Los social media como fuente de información en conflictos internacionales. fuentes y praxis periodística en los informativos de la televisión de Cataluña durante la primavera árabe egipcia. *Hipertext.net* 15, 46-56.  
*ISSN: 1695-5498*  
*DOI: 10.2436/20.8050.01.45*  
<http://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/322579>





## Los social media como fuente de información en conflictos internacionales. Fuentes y praxis periodística en los informativos de la televisión de Cataluña durante la Primavera Árabe egipcia

MARTÍN ELENA

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona  
martin.elena@upf.edu  
<http://orcid.org/0000-0002-0268-0447>

CHRISTOPHER D. TULLOCH

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona  
christopher.tulloch@upf.edu  
<http://orcid.org/0000-0002-5476-0887>

### *Social Media as News Source in International Conflicts. Journalistic practice in Catalan Television bulletins during the Arab Spring in Egypt*

## RESUMEN ABSTRACT

El presente artículo analiza el uso de *social media* como fuente de información en el desarrollo de conflictos internacionales. Para ello se utiliza como estudio de caso el empleo de fuentes como Twitter o Facebook durante la cobertura informativa del estallido de la denominada Primavera Árabe por parte de la cadena de televisión pública Televisión de Cataluña, TV3. Se trata de un conflicto de interés internacional en el cual los medios sociales fueron un actor comunicativo destacado. Analizamos si esta presencia de medios sociales en el conflicto se ve reflejada en los informativos de TV3, dado que el uso de *social media* como fuente de información comporta un debate deontológico sobre su legitimidad, capacidad de verificación y falta de prestigio cuando se comparan con las fuentes oficiales, tal y como se observa en la literatura académica especializada. El análisis de contenido de las unidades informativas que conforman la muestra y los datos aportados por los redactores y máximo responsables de la sección de Internacional de la cadena nos revelan un peso escaso de los *social media* como fuente de información en las noticias, mientras destaca el ciudadano como fuente no oficial. Esta jerarquización de fuentes responde a la línea editorial de una cadena de recursos limitados en la que se prima la calidad de la noticia con cobertura informativa sobre el terreno, frente a la inmediatez que proporcionan los medios sociales como fuente y a la dificultad que conlleva su verificación. A pesar de ser una revuelta conocida como *the Facebook Revolution*, los medios mostraron reticencias a la hora de incorporarlos en sus rutinas profesionales. Los resultados nos plantean un debate abierto sobre la omnipresencia de medios sociales en el día a día del periodista y la poca presencia detectada en su producción informativa.

*This article analyzes the use of social media as a source of information in the development of international conflicts. For this purpose, the use of sources such as Twitter or Facebook during the coverage of the outbreak of the so-called Arab Spring by a public television channel such as the Catalan station TV3 is used as a case study. In this international conflict, social media was a prominent news actor. We analyze whether the presence of social media in the conflict is reflected in the news items broadcast by TV3, since the use of social media as a source of information entails a deontological debate about its legitimacy, verification capacity and lack of prestige when compared to official sources, as can be seen in the specialized academic literature. The content analysis of the sample and the data provided by the editors and senior figures of the International section of the channel reveal a lack of social media as a source of information in the news, whilst highlighting the citizen as an official source. This source hierarchy responds to the editorial line of a media outlet with limited resources in which the quality of the news in the field is considered a priority as opposed to the immediacy provided by social media as a source and the difficulty of its verification. Despite being a popular revolt known as the Facebook Revolution the media showed a certain reluctance to incorporate social media into their professional routines. The results present an open debate about the omnipresence of social media in the daily life of the journalist compared to the reduced presence detected in his or her news output.*

## PALABRAS CLAVE KEYWORDS

Fuentes informativas, medios sociales, periodismo, informativos, TV3, Egipto, Primavera Árabe, entrevista, análisis contenido.

*Information sources, social media, journalism, news, TV3, Egypt, Arab Spring, interview, content analysis*

Elena, M., & Tulloch, C.D. (2017). Los social media como fuente de información en conflictos internacionales. fuentes y praxis periodística en los informativos de la televisión de cataluña durante la primavera árabe egipcia. *Hipertext.net*, n. 15, p. 46-56. DOI: 10.2436/20.8050.01.45

<https://dx.doi.org/10.2436/20.8050.01.45>



Esta obra está bajo la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

## 1. Introducción

Con la popularización de los *social media* como Facebook o Twitter entre otros, son muchos los movimientos sociopolíticos que recurren a ellos como parte de sus políticas informativas. Algunos autores definen la incorporación de estas herramientas en el desarrollo de las movilizaciones como "revoluciones 2.0" (Cocco y Albagli, 2012) o "*wiki revolutions*" (Tapscott, 2011). En este sentido abundan las investigaciones que tratan la relación entre movimientos sociales y el uso que hacen de los nuevos medios para su comunicación estratégica. En esta línea podemos destacar su incorporación en el movimiento estudiantil italiano "Onda Anomala" en 2008 (Mattoni y Treré, 2014), la "Revolución Verde" de Irán en 2009 (Burns y Eltham, 2009), o los análisis más generalistas sobre movimientos sociales y comunicación realizados por Howard Rheingold (2009), Manuel Castells (2012) o Elena Pavan (2015).

Pero han sido las denominadas Primaveras Árabes las que han provocado más interés académico por lo que se refiere a la investigación sobre la relación entre movimientos sociales y *social media*. Prueba de ello es el hecho de haber sido bautizadas como "*the Twitter revolution*" o "*the Facebook revolution*" (Cottle, 2011; El Gody, 2014; Lotan et al., 2011; Miladi, 2016).

En este contexto hemos visto que tanto los *social media* como los medios tradicionales han desarrollado un papel protagonista en la expansión de las revueltas (Lawson, 2015). Mientras los medios sociales difundieron la inmolación del vendedor ambulante Mohamed Bouazizi en Túnez, fue la cadena de televisión Al Jazeera quien hizo uso de estas imágenes como fuente de información para ilustrar sus noticias (Cottle, 2011; Hale, 2013; Lim, 2013). De este modo, gracias a la connivencia entre medios tradicionales y medios sociales, las imágenes dieron la vuelta al mundo convirtiéndose en el punto de partida de las Primaveras Árabes. Al referirse a la relación entre medios sociales y medios tradicionales en alusión a la revolución tunecina Di Bonito comenta que: "Si estos contenidos se hubieran publicado solo en Facebook, su audiencia se hubiese limitado a aquellas personas miembros de grupos específicos y no se hubiera difundido de la misma manera sin la ayuda de los medios tradicionales" (Di Bonito, 2014: 341).

En la presente investigación abordamos la cobertura de la Primavera Árabe por parte de un medio tradicional como la televisión y analizamos la relación que se establece entre ello y los medios sociales, cuando estos últimos son utilizados como fuente de información y concretamente para averiguar si los periodistas que informan sobre el conflicto acuden a las plataformas digitales del movimiento para usarlas como fuente. En este sentido, Miladi sostiene que:

mobile phones, blogs, YouTube, Facebook pages and Twitter feeds became instrumental in mediating the live coverage of

protests and speeches as well as police brutality in dispersing demonstrations. The Internet in this case has assumed the role of a very effective uncensored news agency from which every broadcaster and news corporation has been able to freely source newsfeeds, raw from the scene (Miladi, 2011: 114).

Para la presente investigación nos centramos en la denominada Primavera Árabe de Egipto. Nuestro objetivo principal será analizar si los informativos de un canal de televisión – en este caso la pública catalana – usan estos medios sociales como fuente de información. Un objetivo secundario de la investigación está relacionado con la cobertura internacional del conflicto. El uso de este tipo de fuentes de información por parte de medios tradicionales es una práctica que no se libra de ciertas controversias profesionales. Por un lado suponen el acceso inmediato a la información sin necesidad de desplazarse de la redacción. Este hecho conocido como "*the Twitter effect*" (Bruno, 2011), ha llegado a cuestionar la necesidad de desplazar corresponsales. En un contexto de crisis económica, recortes presupuestarios y salarios bajos, ¿para qué enviar un corresponsal con los gastos que implica si ya tenemos la información disponible en tiempo real en el teléfono móvil? Por otro lado, su uso como fuente puede generar información descontextualizada si no se dispone de un corresponsal sobre el terreno. Son fuentes difíciles de verificar o contrastar, que en ocasiones pueden dar paso a las conocidas noticias falsas (*fake news*). Por último, la naturaleza de los medios sociales, sobre todo cuando tratan sobre partes implicadas en conflictos, favorecen el anonimato de dichas fuentes y la propaganda. Todo ello conlleva que no gocen del prestigio que pueden tener las fuentes oficiales para los periodistas.

Ante los interrogantes que nos plantea la relación entre medios tradicionales y medios sociales como fuente de información, presentamos las siguientes preguntas de investigación para conseguir nuestros objetivos:

- PI1: ¿Qué fuentes de información predominan en las noticias de TV3 sobre Egipto?
- PI2: ¿Qué peso tienen los *social media* como fuente de información en las noticias de TV3 al informar sobre movimientos sociales en Egipto?
- PI3: ¿De qué manera condicionan los *social media* como fuente las rutinas del corresponsal sobre el terreno?

## 2. Estado de la cuestión

El presente artículo se centra en la producción de noticias (*newsmaking*) y el análisis de fuentes (*sourcing*), con especial interés en aquellas fuentes procedentes de medios sociales. Nos centramos en las fuentes de información como elemento imprescindible en la producción de noticias. Si la base de la información es la noticia, la base de la noticia son sus fuentes, de este modo podemos argumentar que la construcción de la

realidad periodística se basa en las fuentes de información (Gans, 1979; Rodrigo, 1989; Tuchman, 1978).

Pero ¿qué entendemos por fuente de información? Gans define los criterios para aceptar una fuente como válida a partir de su adecuación, productividad, fiabilidad, veracidad, autoridad y elocuencia (Gans, 1979). Así se delimita que no cualquier fuente es apropiada para informar, y que no todas las fuentes son igual de valiosas en función de los criterios que cumplan. Por lo tanto podemos establecer una disposición jerárquica entre fuentes de información (Tuchman, 1978). Esta jerarquización afecta especialmente a la predisposición por parte del periodista cuando se plantea el uso de social media como fuente de información.

La legitimidad de los *social media* como fuente obedece básicamente a dos de los criterios descritos por Gans para definir una fuente de información: fiabilidad y veracidad. Los medios sociales son hoy en día una fuente de información recurrente, pero se presentan con una problemática añadida, su verificación. (Franklin y Carlson, 2010; Kovach y Rosenstiel, 2010; Westerman, Spence y Van Der Heide, 2014). Con la aparición de Internet las fuentes de información crecieron exponencialmente, pero se limitaban a contenidos web 1.0 producidos por aquellos con capacidad de generar y transmitir, es decir, instituciones, agencias de noticias, medios y profesionales de la información (Redondo, 2005). El flujo de información era vertical, de arriba abajo o *one to many* (Deuze, 2008) como lo había sido con anterioridad, pero se facilitó el acceso global a la información gracias a Internet, y se difuminaron las fronteras en lo que a procedencia de fuentes se refiere. Los medios tradicionales se adaptaron a estas nuevas fuentes web 1.0 con las mismas cautelas con las que venían utilizando las fuentes tradicionales.

A partir de 2004 con la creación de *Facebook*, *Blogger*, *Twitter* y *Youtube*, entre otras plataformas, las redes sociales que usan tecnología web 2.0 popularizan la creación de contenidos. Nacen los medios sociales o *social media* definidos como un "grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario" (Kaplan y Haenlein, 2010:61).

Desde entonces cada vez es más común que un periodista cite a un *blogger*, un *tweet* de un político o un vídeo denuncia de *Youtube*, entre sus fuentes de información (Meraz, 2009). En este contexto se abre una nueva era de abundancia de información, en la cual el periodista pasa a ser un filtro o *gate-keeper* ante la cantidad de nuevas fuentes disponibles (Bruns, 2005; Pavlik, 2005). Pero estas nuevas fuentes presentan un problema de legitimación, ¿son fiables? La respuesta recae sobre el periodista que será quien responda de su fiabilidad como profesional que las utiliza (Agudiez et al., 2007; Maciá, 2007). En este sentido, Kristensen y Mortensen se refieren a esta práctica de verificación de fuentes por parte del perio-

distista como *metasourcing* (Kristensen y Mortensen, 2013).

Meses más tarde de la aparición de los medios sociales, los medios tradicionales los empiezan a aceptar como fuente de información y abren canales para incorporarlos en su programación como contenidos generados por usuarios (UGC en su acrónimo en inglés). Destacan como ejemplo el portal *iReport* de la CNN, abierto en 2006 (Newman, 2009), o el caso de Reuters, la agencia internacional de noticias, que en 2007 abrió una ventana especial a la participación ciudadana en todo el mundo bajo el título de "*You Witness News*" (Vidal Coy, 2011). Como apunta Murillo: "No hay periódico tradicional que en su edición digital no haya abierto una sección dedicada a la participación ciudadana" (Murillo, 2009).

En resumen, al periodista se le abre un universo de fuentes de información inabarcable, dónde el problema no será su obtención, sino su selección, verificación o capacidad de ser contrastadas (Franklin y Carlson, 2010; Balmas, 2014). En la era de los móviles, las redes sociales y las *fake news*, la autoridad profesional del periodista se encuentra en entredicho, ya que no es el único capaz de generar información (Sambrook, 2010).

Debido a la gran accesibilidad que presentan las nuevas fuentes de información digitales, algunos autores destacan su fácil manipulación incluso aplicando protocolos de verificación. Bowman y Willis hablan de algunos peligros presentes en la información *online*, como la manipulación, los rumores o la información falsa. (Bowman y Willis, 2003). Es a partir de entonces que la verificación toma protagonismo y se crean centros especializados en el *fact check*, como FactCheck.org o CrossCheck, cuya misión es la verificación de datos ante posibles rumores o noticias falsas publicadas. En esta misma línea, Franklin y Carlson abordan la problemática de verificación de fuentes, relacionando directamente credibilidad con el hecho de citar a las fuentes. La citación o la omisión de citar medios sociales toma protagonismo, ya que la citación de la fuente por parte del periodista legitima al medio social citado (Franklin y Carlson, 2010; Jha, 2008).

Vistas las principales problemáticas que presentan los *social media* cuando son usados como fuente por medios tradicionales, establecemos tres categorías para clasificar el posicionamiento del periodista frente al fenómeno de los medios sociales como fuente:

- El escéptico: defiende que los medios sociales como fuente no son válidos para el periodismo, ya que no tienen ni el rigor ni la profesionalidad exigida. De Pablos advierte del peligro que comporta hacer uso de estas fuentes: "las fuentes no son mudas, se les pregunta y contestan. La web usada como fuente es muda, no se le pregunta y su 'contestación' está publicada antes de la visita del reportero. Por lo tanto, no es fuente, tal y como la hemos entendida hasta ahora. Es una pseudofuente, que sólo

podrá producir pseudoperiodismo" (De Pablos, 2006:133).

- El entusiasta: enmarcado en el concepto de democracia digital (Martínez y Madariaga, 2005) o democracia deliberativa (Habermas, 1994) y la cultura de la participación (Jenkins et al., 2005) defiende el periodismo ciudadano (Gillmor, 2006). Valora las fuentes de procedencia alternativa y no oficiales, como los *social media*, que han surgido como alternativa al periodismo tradicional, deslegitimado y alejado de la sociedad por la concentración mediática en grandes corporaciones (Bowman y Willis, 2003).
- Pragmático: según Hermida, es necesaria una relación entre los *social media* y el periodista como profesional para construir informaciones representativas de la realidad, autenticando, interpretando y contextualizando la información (Hermida, Lewis y Zamith, 2014). El periodismo tradicional tiene que acercarse a la sociedad abriendo canales de colaboración con todas las fuentes disponibles, no sólo las oficiales. Es una tendencia mayoritaria a día de hoy. (Hermida, 2013; Maciá, 2007; Salvat y Paniagua, 2007)

Por lo que respecta al ámbito internacional de nuestra investigación, estas fuentes nos presentan una nueva problemática. Los *social media* pueden llegar a cuestionar la necesidad de disponer de informadores in situ. De este modo el periodista deja de ser un productor de información y se reduce a un recopilador de información (Tulloch, 2010). En este sentido, Bruno sostiene que:

*the Twitter effect is not only changing the way in which people communicate during crisis events, but also how big news organizations cover them. If the CNN effect required your own correspondents being on the ground in order to broadcast live footage, then the Twitter effect allows you to provide live coverage without any reporters on the ground, by simply newsgathering user-generated content available online (Bruno, 2011:8).*

Ahora bien, esta afirmación de Bruno deja de lado el valor añadido de estar sobre el terreno que son las relaciones interpersonales que se establecen entre periodista y fuente, y entre periodista y audiencia, donde encontramos valores culturales, credibilidad o empatía. Sin un periodista sobre el terreno se puede correr el riesgo de reproducir la información producida por otros y recurrir a la pseudofuente y el pseudoperiodismo definido por De Pablos al referirse a las fuentes mudas (De Pablos, 2006). En este sentido Archetti señala que no se entiende el uso de UGC sin la participación del periodista internacional cuando constata: "the increasingly important role of foreign correspondents as 'sense makers' within the huge tide of information available. While foreign journalists have to a large extent always fulfilled this function, they appear more needed than ever in a deeply interdependent world." (Archetti,

2012:847)

Richard Sambrook, director del Centre for Journalism de la Cardiff University y antiguo director de la BBC Global News, defiende la importancia del corresponsal. Lo sitúa en la actual época de transición, que implica enfrentarse con el reto de adaptarse. Según Sambrook, "social media are leading, supplementing and complementing what professional news organisations offer, providing fresh source material for reporters, but also competing with them for public attention." (Sambrook, 2010:2)

Para afrontar dicho reto Sambrook (2010) propone tres reglas básicas:

- Cobertura de las noticias y eventos en directo.
- Buen posicionamiento y experiencia para analizar en profundidad.
- La incorporación y verificación de otras fuentes de información.

De estos estudios podemos destacar que la principal preocupación de los profesionales es la verificación de fuentes procedentes de los social media. De este modo, el periodista pasa a ser clave en el proceso de selección y verificación ante la abundancia informativa producida por los medios sociales. (Bruno, 2011; Clayfield, 2012; de Dobbelaer, Paulussen y Maesele, 2013; De Pablos, 2006; Diakopoulos, De Choudhury y Naaman, 2012; Hermida, 2010; Newman, 2009; Sambrook, 2010; Veenstra et al., 2014). De los resultados de la mayoría de investigaciones revisadas se observa una preferencia del profesional de la información por fuentes tradicionales u oficiales, frente a fuentes alternativas como pueden ser los medios sociales. Concluyen que el escribir a partir de fuentes oficiales dota al trabajo del periodista de una credibilidad superior (Al Maskati, 2012; Flores y Aguado, 2006; Kristensen y Mortensen, 2013; Tulloch, 2010; Van Leuven, Heinrich y Deprez, 2013; Verweij y van Noort, 2014).

### 3. Objeto de estudio

Por lo que respecta al ámbito geográfico del estudio, Egipto se nos presenta como un caso de estudio idóneo para analizar la relación entre medios sociales y medios tradicionales ya que se trata de un conflicto internacional protagonizado por movimientos sociales que utilizan las redes sociales para su desarrollo y porque las Primaveras Árabes cumplen con los elementos que le otorgan valor periodístico dentro de la corriente del *news value research* (Galtung y Ruge, 1965). Los factores de este estudio decano han sido revisados por Golan, quien completa una nueva clasificación de factores, incluyendo variables geográficas, de afinidad cultural y jerarquía de naciones (Golan, 2010).

Más allá del interés que puede despertar una revuelta popular o un cambio de gobierno en la sección internacional de una redacción, lo que sucede en Egipto afecta a zonas sensibles de la geopolítica internacional. La revolución iniciada en la Plaza Tahrir no es una revolución aislada, se enmarca en el conjunto de alzamientos populares del norte de África, pero uno de los hechos relevantes que destaca por encima de otras revueltas es que las protestas consiguen derrocar al gobierno en dos ocasiones, Mubarak en el 2011 y Morsi en el 2013. El caso egipcio presenta una evolución incierta, se trata de un proceso aún abierto y complejo, en el cual toman parte diferentes actores que se han visto obligados a modificar su posicionamiento inicial con el devenir de los hechos. (Lotan et al., 2011)

Entre las repercusiones internacionales destaca el impacto económico que tiene la inestabilidad en los países árabes. La dependencia energética del petróleo, con el Canal de Suez como vía de abastecimiento hacia el Mediterráneo, preocupa a los gobiernos de la zona. Por otro lado, como ya hemos comentado, estas revueltas no son aisladas, se han extendido por la ribera sur del Mediterráneo, generando inestabilidad política que ha desembocado en conflictos bélicos, comerciales y migratorios (Tagma, Kalaycioglu, y Akcali, 2013). El último factor de repercusión internacional es la relación con Estados Unidos. Partiendo del conflicto arabo-israelí, Egipto se había convertido, desde la etapa de Al-Sadat en los años setenta, en aliado de Estados Unidos y garante de la seguridad de Israel, principal aliado norteamericano en la zona. (Jellissen, 2012; McDermott, 2013; Segura, 2002; Tagma et al., 2013)

Por lo que respecta al peso de los medios sociales en el caso egipcio, destaca por ser el país árabe más poblado, con 84,5 millones de habitantes y 98,2 millones de teléfonos móviles (EMCIT, 2017). Por ello el activismo articulado a través de los medios sociales ha sido muy importante en las revueltas. Cabe destacar que este activismo no sólo se sirvió para convocar las protestas sino para internacionalizar el conflicto y a darle cobertura (Lawson, 2015). Entendemos entonces que Egipto es un escenario adecuado para investigar sobre la influencia que han tenido estos medios sociales como fuente de información para los informativos de medios tradicionales (Al Maskati, 2012; Ghannam, 2011; Heinrich, 2012).

La elección de la televisión como medio tradicional a analizar viene dada por ser el medio de comunicación con mayor penetración en Cataluña con un 86,8% en 2017, 13,3 puntos por encima de su inmediato perseguidor: Internet, según el Estudio General de Medios (AIMC, 2017).

La elección de TV3, la televisión pública de Cataluña, obedece a criterios de audiencia. Es líder en informativos desde hace más de 10 años y sus noticieros han sido los programas más vistos durante 250 de 365 días en el 2016 (CCMA, 2017; Kantar Media, 2017). Cabe remarcar que pese a tratarse de una cadena de televisión de ámbito autonómico, su programación es generalista y no regional. Como afirma Gifreu en referencia

a los inicios de TV3 "se puso en marcha el embrión del nuevo canal con la voluntad de competir con TVE" (Gifreu, 2008:342). Prueba de ello es el trato que recibe la información internacional aquí analizada, con una red de 9 corresponsales cubriendo Europa, América, África y Asia. Este interés por la información internacional hace de la cadena catalana un buen objeto de estudio para analizar las fuentes utilizadas en este tipo de informaciones.

La delimitación temporal de nuestra investigación abarca desde enero del 2011, fecha de inicio de la revuelta, hasta abril de 2017, fecha de redacción del presente artículo. Hemos querido llegar lo más cerca posible a la actualidad dado que el conflicto sigue abierto, aunque cabe remarcar que desde junio de 2015 el conflicto ha disminuido su presencia en la agenda informativa internacional. Escogemos un periodo amplio de tiempo dado que las revueltas democráticas han sido investigadas sobretodo en sus inicios, pero no ha habido continuidad en el estudio del desarrollo de las mismas.

#### 4. Metodología

La primera fase de la investigación consistió en la recopilación de noticias de televisión editadas. Para ello acudimos al portal web de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, dentro de la sección de noticias de TV3. Cabe destacar que la obtención de la muestra a través del canal online de la cadena conlleva la limitación de visionar las piezas informativas aisladas, es decir, sin la presentación introductoria del periodista desde el plató.

El procedimiento constó de una búsqueda con la palabra clave "Egipte" que nos proporcionó 1.419 resultados<sup>1</sup>.

Eliminamos aquellos que quedaban fuera del marco temporal, noticias duplicadas y noticias de una temática diferente a la revuelta, como por ejemplo noticias deportivas o de yacimientos arqueológicos. De la selección resultaron 104 noticias editadas para analizar. Para el estudio de las unidades informativas optamos por la técnica del análisis de contenido. Dicho análisis nos ha servido para saber la naturaleza de fuentes utilizadas en la redacción de cada noticia, la presencia de corresponsal o enviado especial y el tema tratado.

El diseño de la base de datos nos permite no necesitar coeficientes de similitud entre codificadores, ya que los ítems a codificar, en este caso fuentes de información, son fácilmente identificables por el investigador. Partiendo de una clasificación de fuentes basada en investigaciones previas (Kristensen y Mortensen, 2013; Tulloch, 2004; Van Leuven et al., 2013), las fuentes de información se han incluido solo si son citadas, o bien por el periodista, o bien mediante imágenes o sobreimpresión de grafismo. El objetivo de este análisis de contenido es identificar fuentes de información para luego realizar un sumatorio en el cual ordenaremos las diferentes tipologías

de fuentes identificadas para poder contestar las dos primeras preguntas de investigación: ¿Qué fuentes de información predominan en las noticias de TV3 sobre Egipto? y ¿Qué peso tienen los social media como fuente de información en las noticias de TV3 al informar sobre movimientos sociales en Egipto?

No pretendemos extrapolar los resultados de nuestra muestra a un universo más amplio, ni generalizar comportamientos de interacción entre variables. Por ello no buscamos establecer valoraciones estadísticamente significativas. Entendemos que cada fuente es utilizada por el periodista según sus rutinas profesionales y su elección se ajusta a las necesidades de cada noticia. De este modo descartamos como objetivo de nuestro análisis de contenido establecer correlaciones estadísticas.

El análisis de contenido no será suficiente para conocer todas las fuentes utilizadas, ya que los informativos de televisión, a diferencia de la prensa escrita, se caracterizan por citar poco a las fuentes, sobre todo cuando no son oficiales, como puede suceder con los *social media* (Jha, 2008). Es por ello que para completar el estudio entrevistamos a los autores de las noticias analizadas, en busca de fuentes no citadas. En este sentido, la entrevista individual semiestructurada (Festinger, 1992; Guber, 2001; Ruiz Olabuénaga et al., 1998) emerge como una técnica adecuada para este fin. Prestaremos especial interés a los puntos débiles de la entrevista como técnica, como por ejemplo la tendencia del entrevistado a narrar lo que le gustaría haber hecho y no lo que en realidad hizo (Berger, 1998).

Nuestro objeto de estudio son las noticias sobre Egipto emitidas por TV3, por lo que entrevistamos a los periodistas que las redactaron. En primer lugar entrevistamos al corresponsal Albert Elfa, quien cubrió la zona de Oriente Medio de 2009 a 2015. Posteriormente respondió al cuestionario el enviado especial Joan Roura, periodista de la sección internacional, especialista en Oriente Medio. Pero estos periodistas rinden cuentas a la cadena para la que trabajan, por ello complementamos las entrevistas con Xesco Reverter, responsable de la sección de Internacional de TV3 de 2010 a 2017. Entrevistar a periodistas y al responsable de la sección Internacional de la cadena es fruto de la interpretación individual y colectiva mediante la cual se construye la realidad periodística, ya que el trabajo del periodista no está aislado del medio para el que trabaja (Tuchman, 1978).

## 5. Análisis y resultados

Tras finalizar la base de datos de nuestro cuerpo de estudio<sup>2</sup>, compuesta por 104 piezas de vídeo editadas pertenecientes a los informativos de TV3, hemos codificado las fuentes de información identificadas en una tabla. Esta tabla nos da una respuesta parcial a la P1: ¿Qué fuentes de información pre-

dominan en las noticias de TV3 sobre Egipto? y a la P2: ¿Qué peso tienen los social media como fuente de información en las noticias de TV3 al informar sobre movimientos sociales en Egipto?

Un primer análisis cuantitativo de los resultados nos revela la ya esperada preferencia por fuentes oficiales (61,83%) frente a las fuentes no oficiales (38,17%). Pero si complementamos las cifras mediante una aproximación cualitativa a los datos, podemos encontrar cuatro aspectos remarcables al interpretar los resultados:

En primer lugar, las fuentes oficiales mediadas, en concreto las que provienen de medios de comunicación como la televisión estatal de Egipto (ERTU), suman un destacado 33,04% dentro de las fuentes oficiales. Este dato es relevante, dado que hemos podido observar tras el visionado de la muestra, que este tipo de fuente se ha utilizado principalmente para ilustrar con imágenes la pieza editada, más que para extraer información de la propia fuente.

En segundo lugar, llama la atención dentro de las fuentes oficiales mediadas la ausencia de agencias de noticias como fuente de información. Aquí podemos identificar una práctica habitual en TV3, el no citar a las agencias como fuente. Las noticias en las que no participan ni corresponsales ni enviados especiales, entendemos que se redactan a partir de los contenidos recibidos de agencias de noticias.

Sobresale por encima del resto de fuentes la figura del ciudadano, con un 24,73% de presencia respecto al total de fuentes. De cada cuatro fuentes citadas, una es un ciudadano, 7,5 puntos por encima de las fuentes oficiales procedentes del Gobierno Egipcio (17,2%).

Por último, en respuesta a la P2, destacar el peso irrelevante de los medios sociales como fuente, citados en 9 ocasiones (4,8%). Para informar sobre un conflicto bautizado como "*The Facebook Revolution*" (Cottle, 2011; El Gody, 2014; Lotan et al., 2011) la escasa presencia de estas fuentes es llamativa.

Un segundo aspecto analizado en el análisis de contenido es la presencia del corresponsal, participando en un 36,5% de las noticias, y la presencia del enviado especial (11,5%). En 5 ocasiones incluso aparecen ambos en la misma pieza. Este dato nos indica la importancia que le da TV3 a la información internacional, ya que además de la cobertura del corresponsal de la zona, vieron oportuno ampliar la información sobre el conflicto con un enviado especial.

La aparición del corresponsal y el enviado especial obedecen a la cobertura de los puntos álgidos del conflicto como la caída de Mubarak, el triunfo de Morsi o el Golpe de Estado Militar. Por ello no se observa una presencia especial de medios sociales como fuente en las noticias con corresponsal o enviado especial. El tener un corresponsal sobre el terreno, en todo caso reduce la dependencia de este tipo de fuentes.

OFICIALES	115	OFICIALES NO MEDIADAS	74	Gobierno	32
				Inst. Internacional	19
				Oposición	8
				Político	5
				Empresa	4
				Experto	3
				Líder religioso	3
OFICIALES MEDIADAS	41	Medios Trad.	38		
		Periodista	3		
		Agencia	0		
NO OFICIALES	71	NO OFICIALES NO MEDIADAS	62	Ciudadano	46
				Activista	13
				ONG	3
		NO OFICIALES MEDIADAS	9	Twitter	4
				Youtube	3
				Facebook	1
				UGC	1

**Tabla 1.** Clasificación de fuentes. Elaboración propia.

De este modo, nuestra PI3: -¿De qué manera condicionan los *social media* como fuente las rutinas del corresponsal sobre el terreno?- obtiene una respuesta negativa. Un 56,73% de las piezas analizadas carecen de corresponsal o enviado especial, por lo que podemos deducir que en un porcentaje similar se ha recurrido a las agencias de noticias como fuente, aunque como hemos visto anteriormente, sin ser citadas.

Un último dato destacable es la temática de las noticias. En primer lugar un 54.8% de las noticias tratan de la revuelta y sus consecuencias, dato previsible. En segundo lugar encontramos aquellas noticias centradas en el Gobierno Egipcio (21,15%) y destacamos en tercer lugar las repercusiones internacionales, presentes en un 18,27% de las noticias analizadas, hecho que reafirma nuestro objeto de estudio como un caso apropiado para el estudio del periodismo internacional.

Tras el análisis de contenido pasamos a exponer los principales resultados de las entrevistas. El primer resultado en el que coinciden los tres entrevistados es en la jerarquización de fuentes (PI1). Se empieza por entrar en contacto con el destino mediante prensa y periodistas locales (*fixers*) que aportarán fuentes primarias al periodista. Siguiendo los resultados obtenidos en el análisis de contenido, la voz del pueblo, el ciudadano, emerge como la fuente más importante. Esta conjetura se da en conflictos como el de Egipto, desarrollados principalmente en la calle. De este modo si la noticia está en la calle, hay que buscar las fuentes de la calle. Según el corresponsal Albert Elfa, "el periodista tiene el poder de dar voz a quien no la tiene, por eso la importancia de la voz del pueblo en las crónicas". Para un enviado especial como Joan Roura

escuchar a la gente es el primer paso para entender la realidad noticable ya que "es la gente la que está sufriendo lo que está pasando, además, se trata de una fuente empática con la audiencia".

La preferencia por este tipo de fuente no oficial se explica por la voluntad de TV3 de defender la noticia contextualizada, la crónica, frente al teletipo. Para el responsable de la sección Internacional, Xesco Reverter, es la forma en la que un canal de recursos limitados puede marcar la diferencia y ganarse cierto prestigio ante sus competidores.

Un segundo aspecto tratado en profundidad durante las entrevistas fue la relación con los medios sociales (PI2). Reverter los define como "un complemento muy útil y necesario que no se puede ignorar pero no puede ser la fuente primaria". Ante la poca presencia de estos medios como fuente de información en el análisis de contenido de las noticias, los entrevistados afirman consultarlos con frecuencia, pero lo descartan como fuente si se dispone de un periodista en el terreno. En este sentido, Elfa afirma que "cuando el periodista está en la calle tiene acceso directo a lo que está pasando y no necesita los medios sociales para informarse, que además representan una amenaza a la credibilidad (...) sin desmerecer su utilidad como herramienta para contactar con activistas por ejemplo". De igual modo, Roura va más allá relacionando el uso de medios sociales con la capacidad económica del medio: "Los medios sociales como fuente tienen mucho ruido, se suele recurrir a ellos cuando no hay dinero, cuando se hace periodismo de verdad se invierte en información, se va al lugar, el resto son sucedáneos".

Siguiendo esta línea, ha sido recurrente la defensa del periodista sobre el terreno para informar (PI3). Esta defensa se refleja en los resultados del análisis de contenido con una importante presencia de corresponsal y/o enviado especial en los momentos álgidos del conflicto. Reverter afirma "no hay nada como estar sobre el terreno, enviar gente es fundamental, si no podemos, es por limitaciones de presupuesto". Pero poder desplazar un periodista no garantiza una buena cobertura. Roura comenta que el profesional debe conocer la zona previamente ya que "el periodismo sirve para que la audiencia entienda la realidad de un lugar, y para que esto ocurra, el primero en entender esta realidad tiene que ser quien la explica". Por ello, Elfa nos relata que el corresponsal con el paso del tiempo acaba formando parte de la sociedad sobre la que informa.

Continuando con el uso de medios sociales como fuente (PI2), coinciden los entrevistados en justificar su uso ante la imposibilidad de acceder al lugar de los hechos, sobretudo en conflictos bélicos, o en caso de censura informativa, aunque siempre advirtiendo sobre los riesgos que supone tratar con información difícil de verificar. En este sentido TV3 es un medio pequeño sin personal dedicado a contrastar y verificar la autenticidad de estas fuentes. Sólo se recurre a ellas cuando antes han pasado el filtro de una agencia internacional de noticias o de un gran medio de referencia con recursos como la BBC, donde disponen de una redacción específica para las tareas de verificación como el Hub de User Generated Content (Belaire-Gagnon, 2015; Wardle y Williams, 2010). Para Roura los medios sociales, accesibles desde cualquier punto, serán utilizados si lo ven adecuado, desde la redacción central y no por el reportero en el terreno.

Un último tema a destacar en las entrevistas es la citación de fuentes. Los entrevistados hablan de la televisión como un medio que limita la citación, y en este sentido Albert Elfa concreta esta idea argumentando que "en televisión la cita es el *chyron*, por lo que normalmente no se cita a quien no sale en pantalla". En este caso las respuestas de los periodistas nos orientan sobre la no citación de agencias observada en el análisis de contenido.

Finalmente los periodistas coinciden que los medios sociales no compiten con ellos ni perjudican sus rutinas. Es la demanda de inmediatez que se ha generalizado en muchos medios, la que está perjudicando al periodismo como profesión. Pretender tener ventanas abiertas constantemente, conexiones en directo cada treinta minutos o informar para más de un medio, son las causas de que el periodista no disponga de tiempo para realizar su trabajo que, según Roura, "es redactar crónicas, que son la esencia del periodismo, el valor añadido de la noticia".

## 6. Conclusiones y discusión

Tras los resultados obtenidos mediante la metodología utilizada podemos concluir que el uso de *social media* como fuente de información en la cobertura de la revolución egipcia por TV3 es prácticamente nula. Dos los principales motivos de estos resultados son los siguientes: por un lado la televisión catalana apuesta por la cobertura del conflicto con periodistas sobre el terreno, tal y como aconseja Sambrook (2010). Al estar in situ no es necesario recurrir a medios sociales. Por otro lado al tratarse de una cadena de recursos limitados, no dispone ni del personal ni la tecnología para verificar y contrastar estas fuentes, por ello en caso de ser necesario su uso, esperan a que una agencia o medio de referencia lo emita antes, verificando así la fuente. Esta práctica, como hemos visto en el estado de la cuestión, es conocida como *metasourcing* (Kristensen y Mortensen, 2013). En este sentido vemos oportuno ampliar la investigación con medios de referencia internacionales como objeto de estudio.

La apuesta de TV3 por el periodista sobre el terreno queda explícita con los dos equipos en El Cairo, el corresponsal y el enviado especial. Pero además de este esfuerzo de cobertura, es destacable el papel del enviado especial, quien no es un paracaidista que aterriza desubicado en el lugar de la noticia. La cadena catalana envía a un periodista especializado en la zona del conflicto como Joan Roura. Esta estrategia de cobertura ante conflictos internacionales nos confirma el interés de la cadena por la información internacional.

A diferencia de estudios anteriores, donde predominan las fuentes oficiales frente a las alternativas (Cision, 2017), podemos exponer que TV3 no sufre el síndrome de fuentes oficiales (Tulloch, 2004). Vemos una preferencia destacada por la voz del pueblo, el ciudadano de a pie como fuente de información. Este aspecto es el resultado de la línea editorial de la cadena que busca dotar sus contenidos con un plus de calidad, contextualizando la información para elaborar crónicas que se acerquen más al reportaje que al teletipo.

Partiendo de la clasificación sobre el posicionamiento del periodista ante los medios sociales (Hedman y Djerf-Pierre, 2013), podemos llegar a definir la cobertura de TV3 como pragmática respecto al uso de medios sociales como fuente. Aunque tras las entrevistas a los periodistas podríamos afirmar que es un pragmatismo que tiende al escepticismo. Esta tendencia también la observamos en la investigación "2017 Global Social Journalism Study" que analiza la relación entre periodistas estadounidenses y *social media*. En ella se identifica a la mayoría de periodistas encuestados como "observadores" de medios sociales, con una actitud pasiva con tendencia al escepticismo respecto a su uso (Cision, 2017).

Por último, en cuanto a la repercusión de los social media en las rutinas del periodista, vemos aquí que en ningún caso se



trata de un competidor. Más que en los social media, la problemática radica en la deriva de los medios tradicionales en los últimos años. Como ya advirtió Kovach: "From the moment 24/7 digital news was introduced the process of verification - the beating heart of credible journalism in the public interest - has been under challenge" (Kovach, 2006). La necesidad de los medios por tener ventanas abiertas al mundo constantemente, la cobertura del periodista para más de un medio, como radio, web y televisión, y la preferencia por el directo, dificulta la profesión del periodista, que es buscar fuentes para redactar crónicas elaboradas.

Cabe destacar que el poco uso de fuentes procedentes de medios sociales también guarda relación con el desarrollo del conflicto y no sólo con el posicionamiento de la cadena. Vemos como "the Twitter revolution" en una fase inicial fue liderada por la oposición laica y progresista. Este liderazgo se interpretó por los medios internacionales como una protesta en busca de un sistema democrático, en la cual los medios sociales tuvieron un peso destacado. Con la evolución del conflicto, los Hermanos Musulmanes se consolidan como líderes de la oposición hasta llegar al gobierno. A partir de entonces estos medios sociales, asociados a juventud, democracia y modernidad, van perdiendo protagonismo para los medios internacionales, que pasan a centrarse en el carácter islamista de las protestas.

Como conclusión final vemos a los medios sociales como una herramienta omnipresente en las rutinas del periodista, consultan diferentes plataformas a diario, y poseen perfiles propios desde donde difunden su información (Cozma y Chen, 2013; Hermida, Lewis y Zamith, 2014; Lichterman, 2015; The New York Times, 2017; Weiss, 2014). Pero por contrapartida vemos que no son utilizados como fuente ante los problemas de verificación que presentan, y en caso de ser utilizados, su citación es aún menor, con lo que sigue vigente la idea que no gozan de legitimidad. Esta contradicción entre ominipresencia de medios sociales y escasez de uso como fuente, demuestra que ha sido un elemento de cierta mitificación, sobretodo en el contexto aquí analizado de la Primavera Árabe. Los resultados demuestran que su uso como fuente es puntual y pragmático, para contextualizar historias o para contactar con los protagonistas, por ejemplo (Belair-Gagnon, 2015).

De cara a futuras líneas de investigación relacionadas con nuestro estudio, vemos oportuno seguir la evolución que presenta el uso de medios sociales como fuente. El desarrollo tecnológico favorece su crecimiento, aumentando el número de usuarios año tras año, por lo que los medios tradicionales ya están implementando protocolos de verificación de fuentes para la incorporación de unos medios sociales con cada vez más presencia en nuestra sociedad.

## Notas

1. Disponible en: [http://www.ccma.cat/cercador/?items\\_pagina=15&profile=noticies&text=egipte](http://www.ccma.cat/cercador/?items_pagina=15&profile=noticies&text=egipte)
2. Disponible en: <https://martinelenafil.files.wordpress.com/2017/05/tv3.xlsx>

## Referencias

- Agudiez, P., Príncipe, S., & Real, E. (2007). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 189–212.
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación - AIMC. (2017). *Resumen Anual. Estudio General de Medios*. Madrid: AIMC
- Al Maskati, N. A. (2012). Newspaper coverage of the 2011 protests in Egypt. *International Communication Gazette*, 74(4), 342–366.
- Arab Republic of Egypt Ministry of Communications and Information Technology - EMCIT. (2017). *ICT Indicators in Brief*. <http://www.mcit.gov.eg/Indicators/indicators.aspx>
- Archetti, C. (2012). Which Future for Foreign Correspondence?. *Journalism Studies*, 13(5-6), 847–856.
- Balmas, M. (2014). When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism. *Communication Research*. 41(3), 430-454.
- Belair-Gagnon, V. (2015). *Social Media at BBC News: The Re-Making of Crisis Reporting*. London: Routledge.
- Berger, A. A. (1998). *Media Research Techniques*. Thousand Oaks: SAGE.
- Bowman, B. S., & Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. Reston: The Media Center.
- Bruno, N. (2011). *Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang.
- Burns, A., & Eltham, B. (2009). Twitter free Iran: an evaluation of Twitter's role in public. Diplomacy and Information Operations in Iran's 2009 election crisis. *Record of the Communications Policy & Research Forum*, 298–310.
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge: Polity Press.
- Cision (2017). *2017 Global Social Journalism Study*. Canterbury: Canterbury Christ Church University.
- Clayfield, M. (2012). Tweet the press: How social media is changing the way journalists do their jobs. *Metro Magazine: Media & Education Magazine*, 171, 92-97.
- Cocco, G., & Albagli, S. (2012). *Revolução 2.0: e a crise do capitalismo global*. Rio de Janeiro: Garamond International.
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals - CCMA. (2017). *TV3, líder d'audiència del 2016, per setè any consecutiu*. <http://www.ccma.cat/tv3/tv3-lider-dauidencia-del-2016-per-sete-any-consecutiu/noticia/2766211>

- Cottle, S. (2011). Media and the Arab uprisings of 2011: Research notes. *Journalism*, 12(5), 647–659.
- Cozma, R., & Chen, K. J. (2013). What's in a Tweet?. *Journalism Practice*, 7(1), 33–46.
- De Dobbelaer, R., Paulussen, S., & Maesele, P. (2013). Social media and old routines. The role of social media in the TV news coverage of the Arab Spring. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 41(3), 268–282.
- De Pablos, J. (2006). Fuentes mudas (en la web): periodismo transit propaganda. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 12, 115–144.
- Deuze, M. (2008). Toward a Sociology of Online News?. En Paterson, C. y Domingo, D. (Ed.), *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*, 45–60. New York: Peter Lang.
- Diakopoulos, N., De Choudhury, M., & Naaman, M. (2012). Finding and Assessing Social Media Information Sources in the Context of Journalism. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2451–2460. New York: ACM.
- Di Bonito, I. (2014). La Primavera Árabe y las redes sociales: apuntes sobre la relación entre los acontecimientos políticos y los nuevos medios de comunicación. En Guillamet, J. y Salgado, F. (Ed.), *El periodismo en las transiciones políticas*, (p. 335 – 350). Madrid: Biblioteca Nueva.
- El Gody, A. (2014). The use of information and communication technologies in three Egyptian newsrooms. *Digital Journalism*, 2(1), 77–97.
- Festinger, L. (1992). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona: Paidós.
- Flores, J., & Aguado, G. (2006). Claves de los weblogs y su influencia en la prensa tradicional. *Doxa Comunicación*, 141–160.
- Franklin, B., & Carlson, M. (2010). *Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives*. New York: Routledge Chapman & Hall.
- Galtung, J., & Ruge, M. (1965). The Structure of Foreign News. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, (2), 64 – 91.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. New York: Pantheon.
- Ghannam, J. (2011). *Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011*. Washington: CIMA
- Gifreu, J. (2008). TV3 i Catalunya Ràdio: 25 anys de servei al país. *Informe de la Comunicació a Catalunya 2007 – 2008*. 21. 339 – 351.
- Gillmor, D. (2006). *We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People*. Newton: O'Reilly Media.
- Golan, J. (2010). Determinants of International News Coverage. En Golan, G., Johnson, T. y Wanta, W. (Ed.), *International Media Communication in a Global Age*, 125 – 144. New York: Routledge
- Guber, R. (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Barcelona: Norma.
- Habermas, J. (1994). *Tres modelos de democracia: sobre el concepto de una política deliberativa*. Valencia: Episteme.
- Hale, H. E. (2013). Regime Change Cascades: What We Have Learned from the 1848 Revolutions to the 2011 Arab Uprisings. *Annual Review of Political Science*, 16(1), 331–353.
- Hedman, U., & Djerf-Pierre, M. (2013). the Social Journalist. *Digital Journalism*, 1(3), 368–385.
- Heinrich, A. (2012). Foreign Reporting in the Sphere of Network Journalism. *Journalism Practice*, 6(5–6), 766–775.
- Hermida, A. (2010). Twittering the News. *Journalism Practice*, 4(3), 297–308.
- Hermida, A. (2013). #Journalism. *Digital Journalism*, 1(3), 295–313.
- Hermida, A., Lewis, S., & Zamith, R. (2014). Sourcing the Arab Spring: A case study of Andy Carvin's sources during the Tunisian and Egyptian Revolutions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 479–499.
- Jellissen, S. M. (2012). Book Review: Elections and Distributive Politics in Mubarak's Egypt. *Comparative Political Studies*, 45(4), 535–539.
- Jenkins, H., Puroshotma, R., Clinton, K., Weigel, M., & Robison, A. J. (2005). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: MacArthur.
- Jha, S. (2008). Why they wouldn't cite from sites: A study of journalists' perceptions of social movement web sites and the impact on their coverage of social protest. *Journalism*, 9(6), 711–732.
- Kantar Media. (2017). *Datos de audiencia Cataluña, Abril 2017*. <http://www.kantarmedia.es/onlw/doc/datmes2.htm>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, (53), 59–68.
- Kovach, B. (2006). Toward a new journalism with verification. *Nieman Reports*. <http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/100292/Toward-a-New-Journalism-With-Verification.aspx>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2010). *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload*. New York: Bloomsbury.
- Kristensen, N., Mortensen, M. (2013). Amateur Sources Breaking the News, Metasources Authorizing the News of Gaddafi's Death. *Digital Journalism*, 1(3), 352–367.
- Lawson, G. (2015). Revolution, Nonviolence, and the Arab Uprisings. *Mobilization: An International Quarterly*, 20(4), 453–470.
- Lichterhan, J. (2015). How The Washington Post works with its foreign correspondents to report via social media. *NiemanLab*. <http://www.niemanlab.org/2015/11/how-the-washington-post-works-with-its-foreign-correspondents-to-report-via-social-media>
- Lim, M. (2013). Framing Bouazizi: "White lies", hybrid network, and collective/connective action in the 2010-11 Tunisian uprising. *Journalism*, 14(7), 921–941.
- Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., Pearce, I., & Boyd, D. (2011). The Arab Spring. The Revolutions Were Tweeted: Information Flows during the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. *International Journal of Communication*, 5, 31.
- Maciá Barber, C. (2007). No todos somos ya periodistas. Un análisis de la utopía del periodismo ciudadano desde la perspectiva del reportaje interpretativo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 123–144.
- Martínez, M., & Madariaga, J. M. (2005). Democracia digital: nuevos medios y participación ciudadana. Experiencias en la red de la población inmigrante en España. *Portularia: Revista de Trabajo Social*, 5, 21–34.
- Mattoni, A., & Treré, E. (2014). Media Practices, Mediation Processes, and Mediatization in the study of Social Movements. *Communication Theory*, 24(3), 252– 271.

- McDermott, A. (2013). *Egypt from Nasser to Mubarak*. New York: Taylor & Francis.
- Meraz, S. (2009). Is There an Elite Hold? Traditional Media to Social Media Agenda Setting Influence 25 in Blog Networks. *Journal of computer-mediated communication*, 14(3), 682-707.
- Newman, N. (2009). *The rise of social media and its impact on mainstream journalism*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Miladi, N. (2011). New media and the Arab revolution: Citizen reporters and social activism. *Journal of Arab and Muslim Media Research*, 4, 113-119.
- Miladi, N. (2016). Social Media and Social Change. *Digest of Middle East Studies*, 25(1), 36-51.
- Murillo, M. (2009). Periodismo ciudadano: dudas e interrogantes. En *Estudios de periodística XIV: Periodismo ciudadano, posibilidades y riesgos para el discurso informativo*. Comunicaciones y ponencias del X Congreso de la Sociedad Española de Periodística, Salamanca.
- Pavlik, J. V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Redondo, M. (2005). *Internet como fuente de información en el periodismo internacional*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Rheingold, H. (2009). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social (Smart Mobs)*. Barcelona: Gedisa.
- Rodrigo, M. (1989). *La Construcción de la Noticia*. Barcelona: Paidós.
- Ruiz Olabuénaga, J., Aristegui, I., & Melgosa, L. (1998). *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*. Bilbao: Deusto.
- Salvat, G., & Paniagua, P. (2007). ¿Es esto periodismo, ciudadano?. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 227-246.
- Sambrook, R. (2010). *The changing face of international news*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Segura, A. (2002). *Aproximación al mundo islámico: desde los orígenes hasta nuestros días*. Barcelona: Editorial UOC.
- Tagma, H. M., Kalaycioglu, E., & Akcali, E. (2013). "Taming" Arab social movements: Exporting neoliberal governmentality. *Security Dialogue*, 44(5-6), 375-392.
- Tapscott, D. (2011). The debate on social media and revolutions: Reality steps in. *HuffPost*. [http://www.huffingtonpost.com/don-tapscott/social-mediakey-to-revol\\_b\\_823043.html](http://www.huffingtonpost.com/don-tapscott/social-mediakey-to-revol_b_823043.html)
- The New York Times (2017). The Times Issues Social Media Guidelines for the Newsroom. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2017/10/13/reader-center/social-media-guidelines.html>
- Tuchman, G. (1978). *Making News*. New York: Free Press.
- Tulloch, C. (2004). *Corresponsales en el extranjero: Mito y realidad*. Pamplona: EUNSA.
- Tulloch, C. (2010). Cuando las noticias llegan del extranjero. En Camacho, I. (Ed.), *La especialización en el periodismo*, (p. 193 - 211). Sevilla: Comunicación Social.
- Van Leuven, S., Heinrich, A., & Deprez, A. (2013). Foreign reporting and sourcing practices in the network sphere: A quantitative content analysis of the Arab Spring in Belgian news media. *New Media & Society*, 17(4), 1-19.
- Veenstra, A. S., Iyer, N., Hossain, M. D., & Park, J. (2014). Time, place, technology: Twitter as an information source in the Wisconsin labor protests. *Computers in Human Behavior*, 31, 65-72.
- Verweij, P., & van Noort, E. (2014). Journalists' twitter networks, public debates and relationships in South Africa. *Digital Journalism*, 2(1), 98-114.
- Vidal Coy, J. L. (2011). Reporteros, Documentación y ciudadanos periodistas. *Anales de Documentación*, 14(1), 1-15.
- Wardle, C., & Williams, A. (2010). Beyond user-generated content: a production study examining the ways in which UGC is used at the BBC. *Media, Culture & Society*, 32(5), 781-799.
- Weiss, J. (2014). How journalists used social media to cover the biggest news events of 2014. *International Journal of Journalism Network*. <https://ijnet.org/en/blog/how-journalists-used-social-media-cover-biggest-news-events-2014>
- Westerman, D., Spence, P., & Van Der Heide, B. (2014). Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 171-183.

## CV

**Martín Elena.** Es doctorando del programa de Doctorado en Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra (UPF). Su tesis analiza el papel de los social media cuando se utilizan como fuente de información por parte de periodistas en el contexto de la información internacional.

Es Licenciado en Historia por la Universidad de Barcelona (UB) con la especialidad de Historia Contemporánea, Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Barcelona (UB) y Master en Comunicación Social por la Universidad Pompeu Fabra (UPF). Forma parte del Grupo de Investigación Critical Communication Research Group (CRITICC) del Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra (UPF).

**Christopher D. Tulloch.** Es profesor agregado del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) y Director del Master en Periodismo Político Internacional de la UPF-Barcelona School of Management. Es miembro del grupo consolidado de investigación Grup de Recerca del Periodisme, el CritiCC i el PolCom. Autor de varios artículos en revistas indexadas sus últimas publicaciones incluyen *Journalism Studies*, *Journalism & Mass Communication Educator* y el *International Journal of Iberian Studies*. Ha sido profesor visitante de la Universidad de California del Sur, la Universidad de Naciones Unidas en Ginebra y la Universidad de El Salvador. Sus intereses académicos son el periodismo internacional, la cobertura de los conflictos armados, los medios globales y el papel del periodismo en las transiciones políticas.



#### 7.4. Publicación 4: Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. Al-Jazeera English, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017

Elena, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. Al-Jazeera English, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. *Trípodos* 43.  
*ISSN: 1138-3305 / E ISSN: 2340-5007*



Facultat de Comunicació i  
Relacions Internacionals Blanquerna

Universitat Ramon Llull

**Por la presente, la Dra. Elena Yeste Piquer, redactora jefe de la revista Trípodos de la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna de la Universidad Ramon Llull (URL)**

#### **HACE CONSTAR QUE**

**Martín Elena** tiene aceptado el artículo titulado **“LOS MEDIOS SOCIALES COMO FUENTE DE INFORMACIÓN EN CONFLICTOS INTERNACIONALES. Al-Jazeera English, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017”**, que se publicará en el próximo número 43 (diciembre de 2018) de la revista Trípodos.

Y para que así conste a los efectos oportunos, firmo la presente en Barcelona, a 3 de mayo de 2018.



Facultat  
de Comunicació  
i Relacions Internacionals

**Fdo.: Dra. Elena Yeste**

Redactora jefe de la revista Trípodos

Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna

**LOS MEDIOS SOCIALES COMO FUENTE DE INFORMACIÓN EN CONFLICTOS INTERNACIONALES. Al-Jazeera English, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017**

**RESUMEN**

Determinar la incidencia de medios sociales como fuente de información en la cobertura de tres conflictos internacionales protagonizados por movimientos sociales (Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017) es el objetivo de esta investigación. Para llevar a cabo este propósito, intentamos averiguar qué relevancia tienen los medios sociales en el despliegue informativo de tres destacadas cadenas de televisión como son Al-Jazeera English, la BBC y la CNN. Mediante un análisis de contenido identificamos las fuentes citadas en cada noticia para ver la tipología de fuente utilizada y, entre otros resultados, vemos como los medios sociales ocupan el último lugar en cuanto a fuentes citadas, mientras que las fuentes oficiales son las más citadas en los tres conflictos por las tres cadenas.

**PALABRAS CLAVE**

Periodismo internacional, social media, Al-Jazeera, CNN, BBC.

**SOCIAL MEDIA AS A SOURCE OF INFORMATION IN INTERNATIONAL CONFLICTS.**

**Al-Jazeera English, BBC and CNN in Egypt 2011, Ukraine 2013 and Venezuela 2017**

**ABSTRACT**

Determining the presence of social media as a source of information in foreign correspondence is the objective of the present investigation. By analyzing three conflicts of international interest carried out by social movements (Egypt 2011, Ukraine 2013 and Venezuela 2017), we observe how three of the main global news television channels (Al-Jazeera English, BBC and CNN), cover such conflicts. Through a content analysis we identify the sources cited in each news item to classify them. We see how social media occupy the last place in terms of sources cited, while official sources are the most cited in the three conflicts by the three broadcasters.

## **KEY WORDS**

International Journalism, Social Media, Al-Jazeera, CNN, BBC.

## **Martín Elena**

*Universitat Pompeu Fabra, Barcelona*

[martin.elena@upf.edu](mailto:martin.elena@upf.edu)

(+34) 669 061 883

<http://orcid.org/0000-0002-0268-0447>

PhD candidate in the Communication program at the Pompeu Fabra University (UPF). His thesis analyzes the role of social media as a source of information for journalists in the context of international information. He has a degree in Contemporary History from the University of Barcelona (UB), a degree in Audiovisual Communication from the University of Barcelona (UB) and a Master in Social Communication from the Pompeu Fabra University (UPF). He is part of the Critical Communication Research Group (CRITICC), of the Communication Department of Pompeu Fabra University (UPF).

## **INTRODUCCIÓN**

En la presente investigación nos planteamos como objetivo analizar la incidencia que está teniendo para el periodismo uno de los desarrollos tecnológicos más relevantes de la última década. Nos centramos en la relación entre el periodismo y las denominadas redes sociales – Facebook, Twitter o YouTube, entre otras – a las que aquí nos referiremos como medios sociales, definición más acorde a la traducción de su origen anglosajón *social media* (Kaplan y Haenlein, 2010).

¿Cómo han afectado los medios sociales a la información internacional y cómo se relacionan los medios tradicionales con ellas? Tras más de una década desde su aparición los medios sociales siguen expandiéndose. Han experimentado un crecimiento sostenido en el número de usuarios y la presencia de estos medios



ha ido tomando protagonismo, estando presente en el día a día tanto del ciudadano de a pie como del profesional de la información. En una Sociedad Red (Castells, 2005) continuamente conectada, la interacción con los medios sociales se ha convertido en una realidad, aún más evidente desde que la conectividad ha pasado del ordenador personal al teléfono móvil. Por ello nos planteamos el siguiente problema de investigación: ¿qué presencia tienen los nuevos medios sociales en las rutinas profesionales del periodista?

Esta pregunta ha sido abordada desde multitud de perspectivas, como puede ser el análisis de los perfiles personales del periodista en medios sociales (Hermida, Lewis y Zamith, 2014; Lichterman, 2015), o la relación entre medios de comunicación tradicionales y las plataformas de *social media* (Sambrook, 2010). En la presente investigación acotamos el análisis de la incidencia de los medios sociales tratando la relación de los medios sociales y el profesional de la información en la producción de la noticia (*newsmaking*), es decir, nos preguntamos si los medios sociales son utilizados por el periodista como fuente de información. En este sentido definimos fuente de información en un sentido amplio (Couldry, 2010; Rodrigo, 1991). Tal y como sugiere Redondo en su tesis *Internet como fuente de información en el periodismo internacional* (2005), la fuente de información es proporcionada por usuarios o medios, en cualquier tipo de formato, ya sea texto, hipertexto, imagen o audiovisual, incluyendo de este modo a los medios sociales.

Para responder a nuestra pregunta de investigación presentamos un análisis de contenido de noticias que tiene por objetivo clasificar las fuentes de información utilizadas durante su elaboración, prestando especial interés a la presencia de los medios sociales como fuente. Nuestro marco temporal es de siete años (2011 – 2017), con la finalidad de obtener unos resultados que nos permitan observar si estos medios están en auge, se han estancado o presentan un retroceso en su uso como fuente de información.

El estudio contempla tres de los conflictos internacionales más destacados de los últimos años: Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. Todos ellos protagonizados por movimientos sociales y protestas prolongadas de oposición al poder establecido, en los que los medios sociales han tenido un protagonismo destacado en su desarrollo y cobertura mediática. Por lo que

respecta a los medios analizados, hemos seleccionado las noticias producidas por tres de las principales cadenas de televisión a nivel mundial como son Al-Jazeera English, BBC y CNN.

## **ESTADO DE LA CUESTIÓN**

El presente artículo sigue la línea iniciada por investigaciones previas sobre los medios sociales como fuente de información. Localizamos textos académicos sobre el tema a partir del 2005, cuando los medios sociales eran una novedad. Su uso por parte de periodistas como fuente es escaso y predomina un cierto escepticismo ante la novedad que representan (De-Pablos, 2006; Jha, 2008). Su mayor problemática radica en la capacidad de ser fuentes contrastadas y verificables (Franklin y Carlson, 2010; Gross y Kopper, 2011; Kovach y Rosenstiel, 2010; Westerman, Spence y Van-Der-Heide, 2014).

En una segunda etapa observamos cómo los grandes medios tradicionales aceptan los medios sociales y el contenido generado por usuarios como fuente de información. Se abren redacciones especializadas en su recepción, análisis y gestión. Al mismo tiempo que los medios tradicionales empiezan a difundir contenidos procedentes de social media, estos mismos medios crean sus propios perfiles en las principales plataformas (Belair-Gagnon, 2015; Wardle y Williams, 2010).

Es a partir de este momento que los medios sociales como fuente avanzan un paso en cuanto a su credibilidad. Aquellas informaciones procedentes de perfiles de medios, periodistas o profesionales de la información son aceptadas como fuente y su origen es garantía de veracidad, ya que se supone que ya han sido contrastadas. Son las conocidas como fuentes 2.0 – O de oficial – (Vinader y De-la-Cuadra, 2012) o *metasources* (Kristensen y Mortensen, 2013). Aún así, la capacidad de verificar medios sociales como fuente continua siendo el mayor obstáculo para su uso, y su presencia como fuente es escasa ante el riesgo de pérdida de credibilidad derivado de posibles manipulaciones y rumores (Van-Leuven, Heinrich y Deprez, 2013).

La reaparición de las noticias falsas en la esfera pública ha ido asociada a los medios sociales ya que han servido como plataforma

de viralización de contenidos falsos, incrementado su desprestigio como fuente. Es a partir de entonces que se crean centros especializados en el *fact checking*, como FactCheck.org, First Draft News o CrossCheck, cuya misión es la verificación de datos ante posibles rumores o noticias falsas (Fernández-García, 2017). A la aparición de noticias falsas se le ha añadido la injerencia política, un nuevo aspecto de desprestigio para los medios sociales. Consiste en el uso de medios sociales por una parte en un conflicto, para desestabilizar a la parte contraria. Destacan los casos de injerencia política en las últimas elecciones norteamericanas o el Brexit. Si bien no se han demostrado la injerencia a través de *bots* y *trolls*, sí es cierto que las informaciones al respecto han contribuido a deslegitimar a los medios sociales (Howard et al., 2017).

En las investigaciones cuyo objeto de estudio pasa de ser la noticia a ser el periodista, vemos cómo los medios sociales ganan protagonismo. Por lo que se refiere al posicionamiento del periodista ante los medios sociales, inicialmente encontramos la clásica definición entre escépticos, pragmáticos y entusiastas (Hedman y Djerf-Pierre, 2013). Pero esta clasificación ha ido evolucionando y se ha adentrado en otros aspectos para pasar a definir hasta seis arquetipos: mensajeros, arquitectos, promotores, escépticos, cazadores y finalmente observadores, perfil en el que se sitúan la mayoría de encuestados. El observador es aquel periodista que solo entra y mira para saber qué pasa, pero que no publica ni interactúa (Cision, 2017).

A través de encuestas a periodistas se observa que la gran mayoría están continuamente conectados a medios sociales, que los consultan a diario y básicamente los utilizan para publicar y promocionar sus contenidos, interactuar con la audiencia y monitorizar a la competencia. Dentro de estas encuestas se observa cierta discrepancia en los resultados, por un lado cabe destacar que su uso como fuente de información presenta unos porcentajes muy bajos (Cision, 2017), mientras por otro lado encontramos estudios más optimistas en los que el 50% de los periodistas encuestados aprueban a los medios sociales como fuente fiable y el 70% afirma usarlos habitualmente (Janssen Observer, 2017). En definitiva se asume que los medios sociales son una herramienta de gran valor, imprescindible para la rutina profesional, pero que tiene unas funciones concretas como son las de monitorizar el contexto

informativo y contactar con personas, mientras que su uso como fuente de información no goza de la legitimidad de otras fuentes como las oficiales (Belair-Gagnon, 2015).

## **OBJETO DE ESTUDIO**

Nuestro objeto de estudio son las noticias emitidas por tres de las principales cadenas de información internacional, como son Al-Jazeera English, BBC y CNN, durante la cobertura de tres conflictos internacionales protagonizados por movimientos sociales. Concretamente estudiaremos Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. Estos conflictos cumplen con los factores noticiosos dentro de la corriente del *news value research*, es decir, que lo convierten en una noticia internacional (Galtung y Ruge, 1965; Golan, 2010).

El carácter internacional de las noticias analizadas responde a un interés por observar si el denominado “*Twitter Effect*” tiene afectación sobre el uso de medios sociales como fuente y si guarda relación con la presencia o ausencia de periodista sobre el terreno. Bruno describe el “*Twitter Effect*” afirmando: “the Twitter effect allows you to provide live coverage without any reporters on the ground, by simply newsgathering user-generated content available online” (Bruno, 2011: 8).

Analizamos piezas informativas para poder clasificar las fuentes de información utilizadas durante su elaboración, prestando especial interés a la presencia o ausencia de medios sociales como fuente. En este sentido vemos oportuno remarcar que nuestro objeto de estudio no son ni los perfiles en medios sociales de las cadenas de televisión, ni las cuentas personales de los periodistas, ni los *posts* de los activistas en conflicto.

La elección de conflictos protagonizados por movimientos sociales viene determinada por la relación entre el activismo y los medios sociales. Las estrategias de comunicación del activismo político incorporan los medios sociales como herramientas en el desarrollo de las movilizaciones. Algunos autores definen la incorporación de estas herramientas como “revoluciones 2.0” (Cocco y Albagli, 2012) o “*wiki revolutions*” (Tapscott, 2011). En esta línea podemos destacar los análisis sobre movimientos sociales y comunicación realizados por Rheingold (2009), Castells (2012) o Pavan (2015).

Veremos en nuestro estudio si la presencia de estos medios en el activismo social se ve reflejada en la producción de noticias que cubren sus movilizaciones (Elena y Tulloch, 2017).

El análisis parte en 2011 con la conocida como Primavera Árabe, concretamente nos centramos en el caso de Egipto, dado que se trata del país árabe con mayor repercusión internacional de los que protagonizaron revueltas democráticas y que marcó un punto de inflexión a lo que medios sociales respecta, no en vano fue bautizada como “*The Facebook Revolution*” (Cottle, 2011; Lotan et al., 2011; Miladi, 2016).

Después veremos el caso de Ucrania 2013. Tras un post en Facebook del periodista Mustafa Nayyem, los ciudadanos de Kiev ocuparon la plaza Maidan en protesta por el giro pro ruso de su gobierno, dando la espalda a los acuerdos económicos entre Ucrania y la Unión Europea (Dobrzhanska, 2014; Leshchenko, 2014). Rusia fue acusada de querer desestabilizar la política de los ucranianos pro europeos generando noticias falsas y difundiéndolas a través de medios sociales. Para contrarrestar la injerencia rusa estudiantes de periodismo ucranianos crearon el portal stopfake.org (Zhdanova y Orlova, 2017).

Por último cerramos con Venezuela 2017. Tras perder el poder legislativo, Nicolás Maduro pretende reformar la Constitución para hacerse con el control de la Asamblea Nacional, esta noticia provoca movilizaciones y protestas en las calles de Caracas durante más de 100 días seguidos. En este caso la grave crisis económica y la falta de papel hace que la información fluya únicamente por medios audiovisuales y digitales (Lander y Arconada-Rodríguez, 2017).

En los tres casos los movimientos sociales toman las calles de forma prolongada en protesta contra el gobierno establecido y en los tres países se produce una concentración mediática en manos del poder que provoca una falta de pluralidad informativa a nivel interno, llegando incluso a la censura como sucede con Al-Jazeera en Egipto o la CNN en Venezuela. Es por ello que en primer lugar los medios sociales y en segundo lugar los medios internacionales juegan un papel destacado en los respectivos conflictos.

La elección de la televisión como medio a analizar viene dada por ser el medio de comunicación que mayor alcance y repercusión tiene en la actualidad. Pese a la tendencia creciente de consumo de noticias online, la televisión sigue liderando el acceso a informativos como revela el estudio *Americans' online news use is closing in on TV news use* (Pew Research Center, 2017). El por qué nos centramos en el análisis de las cadenas Al-Jazeera English, BBC y CNN, responde a que son las tres principales cadenas de cobertura en conflictos internacionales, líderes de audiencia y con una clara voluntad de crear marcos informativos de alcance global (European Commission, 2016; Ghannam, 2011).

Al-Jazeera English es una cadena qatarí con una misión informativa global pero con un alto grado de especialización en cuanto a la agenda informativa de los países árabes y musulmanes (Miles, 2006; Valassopoulos, 2012). ¿Por qué Al-Jazeera English y no Al-Jazeera Arabic? A priori, se puede entender como una limitación de la investigación por cuestiones idiomáticas, y de hecho lo es, pero existe un debate abierto sobre las diferencias entre ambas versiones de la cadena. Por un lado encontramos estudios comparativos entre Al-Jazeera Arabic y Al-Jazeera English que revelan que no son tantas las diferencias entre ambas versiones de la misma cadena, a parte del idioma (Fahmy y Al-Emad, 2011; Meltzer, 2013). Por otro lado, encontramos investigaciones que destacan las diferencias entre ambas cadenas. El director de Al-Jazeera English, Al-Anstey, en 2010 argumentaba que Al-Jazeera English no es una simple traducción de Al-Jazeera Arabic, sino que es una cadena independiente, con voluntad de diferenciarse de su versión en árabe (Loomis, 2009; Zayani, 2008). Su financiación procede de la publicidad y de las aportaciones del Emir de Qatar. La disponibilidad de recursos le ha permitido estar presente en todos los puntos calientes del planeta, con una red de corresponsales y enviados especiales, muchos de ellos procedentes de la BBC (Elena, 2016).

BBC World News es el canal internacional de la cadena británica, con una audiencia de 74 millones de telespectadores. Presenta una trayectoria demostrada en cobertura internacional y una amplia red de corresponsales y enviados especiales, con disponibilidad de recursos económicos gracias a la financiación pública, la publicidad y las suscripciones (BBC, 2009). Cabe destacar que a partir de los

atentados de Londres en 2005, la BBC abrió una redacción específica para las tareas de verificación de fuentes procedentes de medios sociales y generadas por usuarios, el Hub de User Generated Content (Belair-Gagnon, 2015).

La CNN es la principal cadena norteamericana en cuanto a cobertura internacional (Pew Research Center, 2012), pionera en la información internacional con su prestigioso programa *CNN World Report*, en antena desde la década de los 80. Ejemplo de la importancia de esta cadena es la expresión *CNN effect*, utilizada por Freedman para referirse a la ubicuidad del canal, con corresponsales en todo el mundo, siendo un referente informativo en la Guerra del Golfo de 1991 (Robinson, 2005). En 2006 la CNN abrió el portal *iReport*, facilitando así la entrega de contenidos generados por usuarios a la cadena (Elena, 2016; Newman, 2009).

Las tres cadenas en 2016 se unieron a la *First Draft Partner Network*, una plataforma de verificación conjunta que busca soluciones en pro de la información real y contenido auténtico (Fernández-García, 2017).

## **METODOLOGÍA**

Para identificar y clasificar las fuentes de información utilizadas en la elaboración de noticias recurriremos a la técnica de análisis de contenido. La selección de piezas informativas se ha realizado mediante el acceso a los portales web de cada cadena. Delimitamos la muestra a 30 piezas por cadena y por conflicto, dado que una delimitación temporal no permitía obtener una muestra comparable, ya que cada conflicto ocupó un espacio más o menos prolongado en la agenda informativa de cada cadena. Mientras la producción informativa de Egipto alcanzó la treintena de noticias en apenas una semana, en Ucrania hicieron falta dos semanas para llegar a esta cifra, mientras en Venezuela necesitamos tres meses para llegar a sumar las 30 noticias.

De este modo la muestra de nuestro análisis de contenido se conforma de las 30 primeras noticias emitidas por las cadenas analizadas referentes a cada uno de los tres conflictos. Es decir, 90 noticias por conflicto, sumando un total de 270 piezas analizadas. Con el fin de limitar los parámetros de la muestra descartamos reportajes especiales u otro tipo de pieza que no se emita dentro de

los informativos. Cabe destacar que la obtención de la muestra a través de los canales online de las respectivas cadenas, conlleva la limitación de visionar las piezas informativas aisladas, sin la presentación introductoria del periodista desde el plató. La selección de la muestra, dentro del diseño metodológico, es no probabilística e intencional o dirigida, puesto que no es aleatoria y se ha escogido siguiendo unos criterios de selección (Ruiz-Olabuénaga, 2002).

El diseño de la base de datos nos permite no necesitar coeficientes de similitud entre codificadores, ya que los ítems a codificar, en este caso fuentes de información, son fácilmente identificables por el investigador. Partiendo de una clasificación de fuentes basada en investigaciones previas (Elena y Tulloch, 2017; Kristensen y Mortensen, 2013; Tulloch, 2004; Van-Leuven et al., 2013), las fuentes de información se han incluido solo si son citadas por el periodista, o bien mediante imágenes o sobreimpresión de grafismo. El objetivo de este análisis de contenido es identificar fuentes de información para luego realizar un sumatorio y ordenar las diferentes tipologías de fuentes, para contestar así a nuestras preguntas de investigación.

No pretendemos extrapolar los resultados de nuestra muestra a un universo más amplio, ni generalizar comportamientos de interacción entre variables. Por ello no buscamos establecer valoraciones estadísticamente significativas. Entendemos que cada fuente es utilizada por el periodista según sus rutinas profesionales y su elección se ajusta a las necesidades de cada noticia. De este modo descartamos como objetivo de nuestro análisis de contenido establecer correlaciones estadísticas.



## ANÁLISIS Y RESULTADOS

Tras la codificación de las fuentes de información detectadas en nuestra muestra obtenemos la siguiente tabla de resultados:

		EGIPTO 2011			UCRANIA 2013			VENEZUELA 2017			TOTAL	
		CNN	BBC	ALJ	CNN	BBC	ALJ	CNN	BBC	ALJ		
		MAINSTREAM 390	OFICIALES 290	Gobierno	3	2	10	17	13	19		14
Oposición	3			3	2	12	18	20	10	2	19	89
Inst.Intern.	2			7	2	10	7	12	8	1	7	56
Experto	5			2	3	4	1	4	3	1	4	27
ONG/Empr.	0		0	0	0	2	1	1	2	4	10	
MEDIADAS 100	Medio Trad.		5	1	10	9	1	3	16	6	1	52
	Agencia	6	0	3	17	0	0	10	0	0	36	
	Periodista	4	0	2	3	0	2	0	1	0	12	
ALTERNATIVAS 219	NO OFICIAL 169	Ciudadano	7	11	12	9	15	12	10	8	19	103
		Activista	1	3	5	5	9	20	6	4	13	66
	MEDIOS SOCIALES 50	UGC	1	2	2	3	0	0	3	2	1	14
		Facebook	3	1	2	2	0	0	3	1	1	13
		Twitter	0	1	1	1	0	0	5	2	1	11
		Youtube	5	0	0	0	0	2	1	1	0	9
		Weblog	0	0	3	0	0	0	0	0	0	3
		TOTAL	45	33	57	92	66	95	90	35	96	609

Tabla 1. Clasificación de fuentes de información (elaboración propia)

En una primera aproximación observamos una continuidad respecto a estudios previos en la preferencia por fuentes oficiales con un 64% (390 de 609), frente a las fuentes no oficiales con un 36% (219 de 609). Aún así cabe destacar que las tres cadenas en los tres conflictos recurren al ciudadano como segunda fuente de información más utilizada con un 16,9% (103 de 609), muy cerca de la primera fuente de información más utilizada, el gobierno con un 17,3% (108 de 609). Dentro de las fuentes oficiales existe un cierto equilibrio entre las partes enfrentadas en conflicto, dado que las fuentes procedentes de la oposición suman un 14,6% (89 de 609). La tercera fuente oficial corresponde a organismos internacionales o de fuera del país en conflicto con un 9,2% (56 de 609), dato que refuerza el interés internacional de los conflictos seleccionados para nuestra investigación.

El apartado de fuentes oficiales mediadas alcanza un 16,4% (100 de 609) y viene encabezado por medios de comunicación tradicionales con un 8,5% (52 de 609), principalmente son cadenas de televisión del país en conflicto. Este tipo de fuente es utilizado como contenido audiovisual para ilustrar con imágenes la crónica del periodista, por lo que su valor informativo es bajo. Hemos detectado una tendencia a la baja en la citación de fuentes procedentes de otros medios por parte de Al-Jazeera English. Mientras en Egipto mostraban el logotipo de la cadena emisora original, en Ucrania y Venezuela han reencuadrado la imagen para dejar fuera el logo o lo

han difuminado desenfocándolo. La segunda fuente oficial mediada corresponde a las agencias de noticias con un 5,9% (36 de 609). Aquí se pone de manifiesto la política de las cadenas analizadas en la citación de fuentes. Mientras la CNN siempre cita a las agencias como fuente, BBC y Al-Jazeera English no lo hacen. Pero aunque no sean citadas, tras el visionado de las noticias, hemos podido observar que tanto la BBC como Al-Jazeera English sí se nutren de contenido procedente de agencias, ya que hemos identificado secuencias de imágenes idénticas en distintas cadenas.

De las cuatro categorías principales en las que hemos dividido nuestra clasificación de fuentes los medios sociales ocupan la cuarta y última posición con un 8,2% (50 de 609). Se trata de un resultado con poca presencia pese a tratarse de tres conflictos en los que los medios sociales han desarrollado un papel destacado, y que han sido cubiertos por tres cadenas con especial interés en la recepción de contenidos procedentes de social media, como ponen de manifiesto el Hub de UGC de la BBC, el portal *iReport* de la CNN o la guía práctica de verificación de contenido digital News Verification de Al-Jazeera.

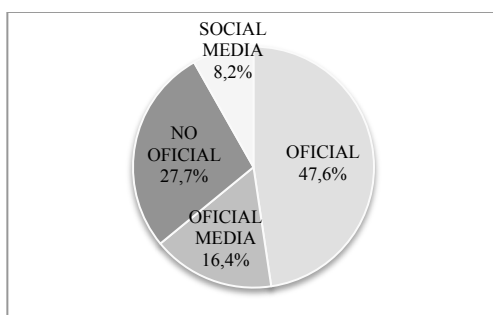


Gráfico 1. Porcentaje de fuentes de información (elaboración propia)

Un análisis más detallado de tipología de fuentes por conflicto (gráfico 2) nos proporciona una presencia destacada de fuentes oficiales, aunque en Egipto 2011 observamos que, pese a ser la primera fuente de información, disminuye notablemente su uso a favor de fuentes oficiales procedentes de medios y agencias. Las fuentes no oficiales ocupan la segunda posición de manera estable en los tres conflictos y los medios sociales son más citados en Egipto 2011, “*The Facebook Revolution*”, mientras experimentan un destacado retroceso como fuente en Ucrania 2013. Este último

dato a la baja se puede explicar por la injerencia política rusa en los medios sociales denunciada por los activistas ucranianos. Dicha injerencia provoca desconfianza en los medios tradicionales cuando se plantean incorporar los medios sociales como fuente.

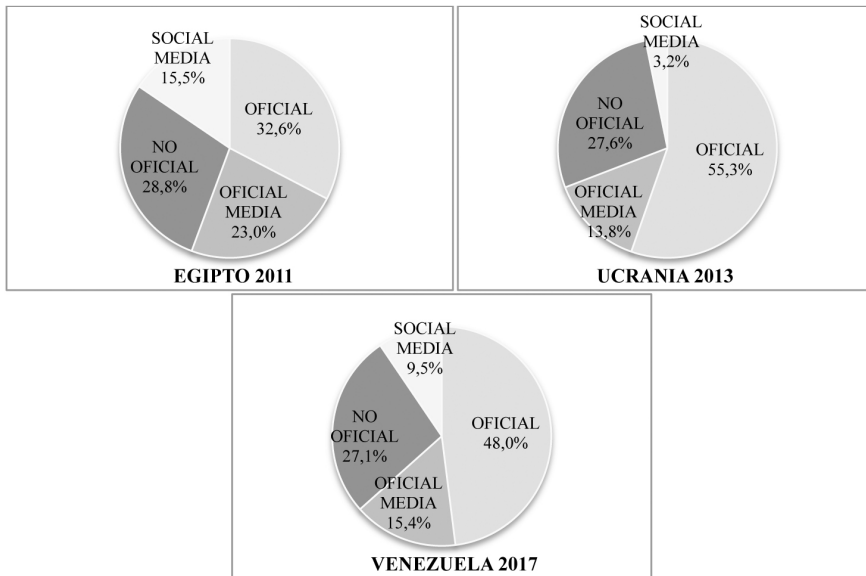


Gráfico 2. Porcentaje de fuentes de información por conflicto (elaboración propia)

Si nos acercamos a las fuentes clasificándolas por cadenas, como se observa en el gráfico 3, BBC y Al-Jazeera English muestran un comportamiento similar en la procedencia de fuentes, mientras destaca en la CNN un menor peso de fuentes oficiales y sobre todo de no oficiales, a favor de fuentes procedentes de medios de comunicación y agencias. Este dato pone de manifiesto la ya comentada política de citación de la CNN de fuentes procedentes de agencias y medios.

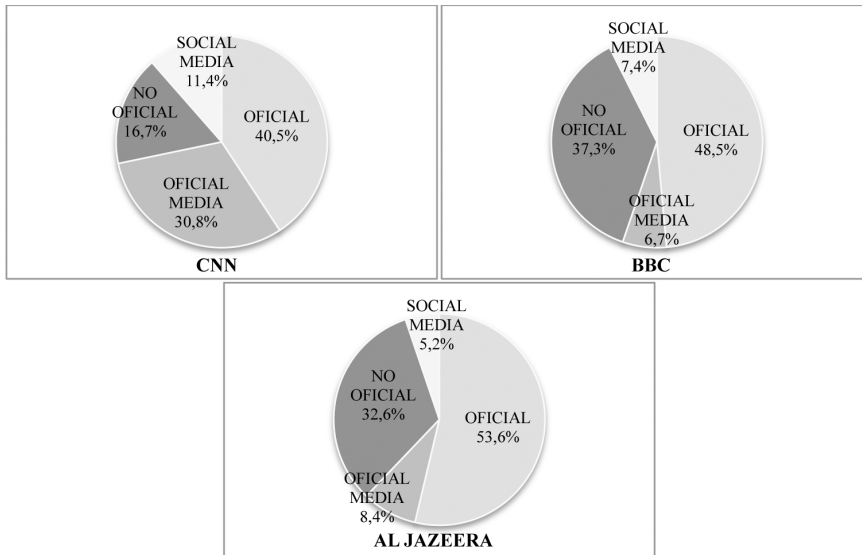


Gráfico 3. Porcentaje de fuentes de información por cadena (elaboración propia)

Vista la poca presencia de medios sociales como fuente de información, a continuación analizamos los resultados en busca de crecimiento o estancamiento a lo largo de los tres conflictos seleccionados. En global se observa un ligero crecimiento, encabezado por la CNN. El dato más destacado es un descenso en el conflicto de Ucrania 2013, que puede venir dado por la baja penetración de los medios sociales más populares a nivel global como *Twitter* o *Facebook* en Ucrania frente a las plataformas líderes en Rusia y Ucrania: *Vkontakte* y *Odnoklassniki* (Kurmakaeva, 2015). Otro aspecto relevante en el descenso de medios sociales en Ucrania como fuente es la desconfianza hacia estos medios generada por los rumores de injerencia rusa en la difusión de bulos y noticias falsas para desprestigiar al movimiento pro europeo de oposición al gobierno pro ruso.

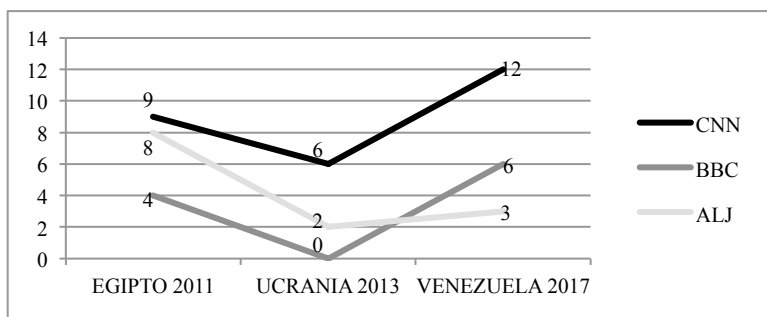


Gráfico 4. Evolución de medios sociales como fuente (elaboración propia)

Tras el análisis cuantitativo, una aproximación cualitativa a los resultados nos revela qué tipo de información aporta este tipo de fuentes. De las 50 piezas en las que encontramos medios sociales (27 CNN, 13 ALJ y 10 BBC), el 50% son videos en los cuales se muestran actuaciones policiales contra manifestantes, fundamentalmente compartidos en YouTube. Un 40% reflejan mensajes de activistas propagados por medios sociales y un 10% son mensajes de fuentes oficiales y políticos, difundidos a través de Twitter. Con estos resultados se puede valorar que las plataformas como YouTube, Facebook o Weblog son consultadas para informarse sobre movimientos sociales y protestas, mientras Twitter queda como fuente a consultar para informarse sobre políticos e instituciones, adquiriendo un carácter más oficial, en la línea de las fuentes 2.0 (Vinader y De-la-Cuadra, 2012).

Mediante los datos obtenidos podemos extraer información sobre la agenda mediática de cada cadena en la cobertura de los conflictos analizados. La comparativa entre las tres cadenas nos revela que tanto la CNN como Al-Jazeera English muestran un número de fuentes citadas similares, mientras que la BBC presenta una citación inferior, dado que sus noticias son más cortas, por lo que tienen menos tiempo para citar. Los conflictos con menos número de fuentes citadas son Egipto 2011 (33 fuentes) y Venezuela 2017 (35 fuentes) por parte de la BBC, mientras Ucrania 2013 y Venezuela 2017 son los conflictos con más fuentes citadas por CNN (92 y 90 fuentes citadas respectivamente) y Al-Jazeera English (95 y 96 fuentes citadas respectivamente).

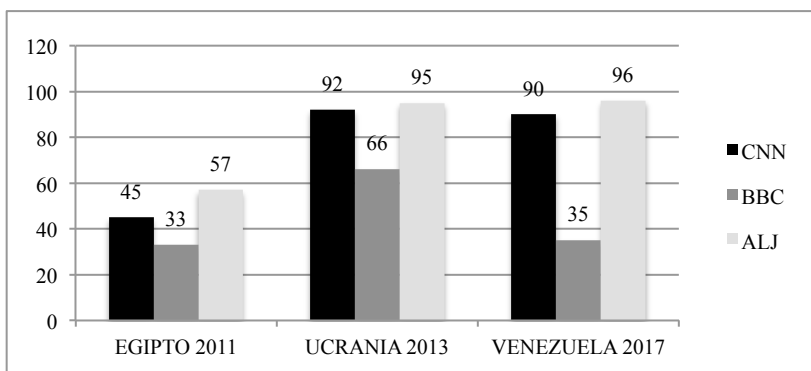


Gráfico 5. Número de fuentes citadas (elaboración propia)

Un último aspecto destacado de nuestro análisis de contenido es la presencia de periodistas sobre el terreno. Por un lado la presencia de corresponsales o enviados especiales nos indica un interés especial de la cadena en el conflicto y por otro lado, nos permite valorar si existe relación entre la presencia de periodistas desplazados y el uso de medios sociales como fuente, es decir, si el “*Twitter effect*” existe.

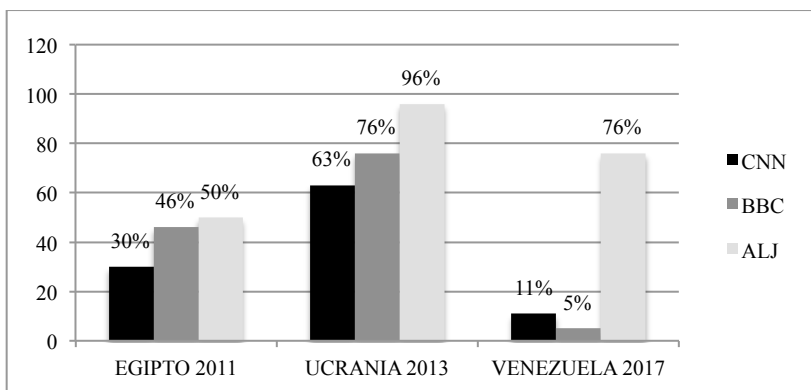


Gráfico 6. Porcentaje de noticias con periodista sobre el terreno (elaboración propia)

Para Al-Jazeera English la cobertura con periodistas sobre el terreno es fundamental, siempre por encima de sus competidoras, incluso en Venezuela 2017, donde vemos cómo CNN y BBC apenas recurrieron a corresponsales. Siendo una cadena de ámbito árabe, mantiene un recurso de coste elevado como es un corresponsal,

incluso en conflictos alejados de su zona de interés como es el caso de Venezuela.

Respecto al “*Twitter effect*”, nos centramos en las noticias en las que se ha usado social media como fuente y comprobamos la presencia o ausencia de periodista sobre el terreno en estas piezas informativas. En el caso de la CNN es la cadena que más ha utilizado social media como fuente, concretamente 27 piezas, de las cuales 17 carecen de corresponsal (62%). Teniendo en cuenta que es la cadena analizada con menos presencia de corresponsal, podemos hablar que el “*Twitter effect*” está presente, aunque se trata de un efecto limitado, ya que las piezas con medios sociales como fuente para la CNN solo representan un 11,4% del total de fuentes de información.

El caso de la BBC presenta unos números similares a la CNN, de las diez noticias con medios sociales como fuente, seis no son presentadas por el corresponsal (60%). Se trata de un porcentaje inferior a la cadena norteamericana y además la BBC recurre a medios sociales como fuente en menor medida (7,4%) por lo que el “*Twitter effect*” en este caso es más limitado aún. Por último Al-Jazeera English, la cadena con más presencia de corresponsales en la cobertura de los conflictos, de las 13 piezas con presencia de medios sociales, únicamente cinco no presentan corresponsal (38%), dato que indica que en un 62% de las piezas con medios sociales también aparece el corresponsal, por lo que se anula el “*Twitter effect*” en esta cadena.

Sobre los efectos limitados del “*Twitter effect*” en CNN y BBC, y su ausencia en Al-Jazeera English, podemos deducir, tras analizar qué tipo de información aportan los medios sociales mediante un análisis cualitativo de los resultados, que no existe una relación directa entre el uso de medios sociales y la presencia de periodista desplazado. Se trata de dos rutinas periodísticas diferenciadas para recopilar información complementarias y no excluyentes, cada una con sus ventajas y limitaciones.

## CONCLUSIONES

Tras los resultados de la presente investigación podemos concluir que los medios sociales, cuando son abordados como fuente de información, tienen una presencia escasa en las principales cadenas de información global. Esta presencia poco relevante ya observada en estudios previos viene dada por dos factores principalmente. En primer lugar se trata de una fuente que actualmente se encuentra deslegitimada a causa de fenómenos como las noticias falsas, diseminadas a gran velocidad gracias a los medios sociales. En segundo lugar y fruto de la deslegitimación ya comentada, sufren la omisión de ser citadas, al tratarse de una fuente con poco prestigio, pese a ser utilizada a diario por los periodistas, no siempre es citada (Franklin y Carlson, 2010; Jha, 2008). Esta falta de citación da continuidad al fenómeno de las *hidden sources*, que se caracteriza por la práctica periodística de proteger o esconder sus fuentes.

El desprestigio y la deslegitimación son fruto de la verificación como un problema continuado al cual se pretende dar solución a través de diferentes protocolos y plataformas (Elena y Gómez-Nadal, 2016; Fernández-García, 2017). La credibilidad del periodista o del medio tiene demasiado valor para ponerla en juego por citar una fuente no verificada, que si procede de medios sociales, seguramente nos está proporcionando información inmediata de cualquier rincón del planeta. Pero la velocidad de la información no decanta la balanza frente al rigor informativo, de este modo el periodista como autoridad profesional, se convierte en *gatekeeper* ante la abundancia de información proporcionada por los medios sociales. Es el encargado de seleccionar y filtrar qué fuentes procedentes de *social media* son válidas para obtener información (Bruns, 2005; Pavlik, 2005).

No se detecta una evolución al alza en el uso de medios sociales como fuente, pero tampoco notamos un retroceso. Desde la euforia con la que fueron recibidas este tipo de fuentes en sus inicios al actual momento de desconfianza, podemos argumentar que se trata de una fuente controvertida y que su uso se ha estabilizado en torno al 10% según la cadena y el conflicto analizado, por lo que podemos afirmar que es una fuente que ha llegado para quedarse. En este contexto de estancamiento, con 21 fuentes citadas procedentes de medios sociales tanto en la Primavera Árabe egipcia (2011) como en la Primavera Venezolana (2017), observamos una



pérdida de protagonismo de los medios sociales en cuanto a su carácter innovador. Mientras en Egipto se habló de “*The Facebook Revolution*”, siete años más tarde, la misma presencia de medios sociales en Venezuela es aceptada con normalidad y no despierta un especial interés entre los periodistas que cubren el conflicto.

Respecto a las cadenas analizadas vemos cómo las tres se han preparado para afrontar los cambios que conlleva la llegada de los medios sociales y los han incorporado como fuente aunque con ciertas cautelas. Como era previsible las tres siguen experimentando el síndrome de las fuentes oficiales (Tulloch, 2004), por lo que podemos constatar una tendencia conservadora o continuista en cuanto a fuentes. Es interesante ver cómo la CNN, quien popularizó el “*CNN effect*”, que se caracterizaba por tener corresponsales desplazados en todos los conflictos en los años noventa, actualmente es la cadena que menos recurre al periodista sobre el terreno, siendo Al-Jazeera English la cadena que le ha tomado el relevo en este sentido. El hecho de que la cadena qatarí lidere la información con periodistas en la calle es una de las causas que explica el poco peso de los medios sociales en su cobertura. Al estar en la calle, el periodista recurre en menor medida a los *social media* como fuente, dato que nos indica que en la jerarquización de fuentes, los medios sociales tienen un papel secundario frente a la voz de la calle.

Finalmente concluimos que los medios sociales están presente en la esfera pública y se debate sobre el papel que tienen que jugar los periodistas ante ellos, pero este debate no se ve reflejado en la producción de noticias. Pese a la omnipresencia de medios sociales en el día a día del periodista estos tienen una presencia escasa que no es representativa de su uso en las noticias emitidas. Vemos aquí cómo la tendencia creciente de consumo de noticias *online* de la población, no coincide con las rutinas informativas del periodista, quien prioriza otro tipo de fuentes para informarse.

Parece entonces que la prudencia del periodista prevalece ante las demandas de exclusivas e inmediatez informativa que pueden proporcionar medios sociales. El periodista ya es dependiente de ellos, los consulta cada día, se informa a través de ellos y observa qué está haciendo la competencia en sus respectivos perfiles, pero es cauteloso cuando se trata de usarlos como fuente. Rigor y

veracidad son las bazas a defender por los medios tradicionales, quienes ven cómo los medios sociales se les acercan como competidor tanto en audiencia como en ingresos publicitarios.

## REFERENCIAS

- Al-Jazeera (2015). *News Verification. A practical guide for journalists to verify digital content*. Doha: Al-Jazeera Media Training and Development Centre.
- BBC (2009). *BBC's international news services attract record global audience of 238 million*. Press Office. Disponible en [http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2009/06\\_june/02/audience.shtml](http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2009/06_june/02/audience.shtml). Consultado el 8 de febrero de 2018.
- Belair-Gagnon, V. (2015). *Social Media at BBC News: The Re-Making of Crisis Reporting*. London: Routledge.
- Bruno, N. (2011). *Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang.
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge: Polity Press.
- Castells, M. (2005). *La sociedad red: Una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cision (2017). *2017 Global Social Journalism Study*. Canterbury: Canterbury Christ Church University.
- Cocco, G. y Albagli, S. (2012). *Revolução 2.0: e a crise do capitalismo global*. Rio de Janeiro: Garamond International.
- Cottle, S. (2011). "Media and the Arab uprisings of 2011: Research notes". *Journalism*, 12(5), pp. 647–659.
- Couldry, N. (2010). "New Online News Sources and Writer-

gatherers.” Fenton N. (ed.) *New Media, Old News. Journalism and Democracy in the Digital Age*. London: Sage.

De-Pablos-Coello, J.M. (2006). “Fuentes mudas (en la web): periodismo transit propaganda”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 12, pp. 115–144.

Dobrzanska, O. (2014). “The EU aspect at the Ukrainian Maidan”. *Eurint*, v1, pp. 83 – 89.

Elena, M. (2016). “Framing international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi” . *Communication & Society*, 29(3), pp. 119-131.

Elena, M. y Gómez-Nadal, M. (2016). “Social media as a source of information for correspondents: Approach to the state of the art”. *Comunicació. Revista de recerca i d’anàlisi*, 33(1), pp. 119- 137.

Elena, M. y Tulloch, C.D. (2017). “Social Media as News Source in International Conflicts. Journalistic practice in Catalan Television bulletins during the Arab Spring in Egypt”. *Hipertext.net*, 15, pp. 46-56.

European Comission (2016). *Standard Eurobarometer 86. Media use in the European Union Report*. Brussels: European Comission.

Fahmy, S. y Al-Emad, M. (2011). “Al-Jazeera vs Al-Jazeera: A comparison of the network’s English and Arabic online coverage of the US/Al Qaeda conflict”. *International Communication Gazette*, 73(3), pp. 216–232.

Fernández-García, N. (2017). “Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática”. *Nueva Sociedad*, 269, pp. 66 – 77.

Franklin, B. y Carlson, M. (2010). *Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives*. New York: Routledge.

Galtung, J. y Ruge, M.H. (1965). “The Structure of Foreign News. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in

- four Norwegian newspapers”. *Journal of Peace Research*, 2(1), pp. 64 – 91.
- Ghannam, J. (2011). *Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011*. Washington: CIMA.
- Golan, G. (2010). “Determinants of International News Coverage”. Golan, G.; Johnson, T.; Wanta, W. (ed.). *International Media Communication in a Global Age*. New York: Routledge.
- Gross, P. y Kopper, G. (2011). *Understanding Foreign Correspondence: A Euro-American Perspective of Concepts, Methodologies and Theories*. New York: Peter Lang.
- Hedman, U. y Djerf-Pierre, M. (2013). “The Social Journalist”. *Digital Journalism*, 1(3), pp. 368–385.
- Hermida, A.; Lewis, S. y Zamith, R. (2014). “Sourcing the Arab Spring: A case study of Andy Carvin’s sources during the Tunisian and Egyptian Revolutions”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), pp. 479–499.
- Howard, P.; Bolsover, G.; Kollanyi, B.; Bradshaw, S. y Neudert, L.M. (2017). *Junk News and Bots during the U.S. Election: What Were Michigan Voters Sharing Over Twitter?*. Data Memo 2017.1. Oxford: Project on Computational Propaganda. University of Oxford.
- Janssen Observer (2017). *II Sondeo Janssen Observer Periodistas y Redes Sociales*. Janssen Observer. Disponible en: [www.clipprensa.com/Janssen/infografia1.pdf](http://www.clipprensa.com/Janssen/infografia1.pdf). Consultado el 8 de febrero de 2018
- Jha, S. (2008). “Why they wouldn’t cite from sites: A study of journalists’ perceptions of social movement web sites and the impact on their coverage of social protest”. *Journalism*, 9(6), pp. 711–732.
- Kaplan, A. y Haenlein, M. (2010). “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media”. *Business Horizons*, 53(1), pp. 59–68.

- Kristensen, N.N. y Mortensen, M. (2013). “Amateur Sources Breaking the News, Metasources Authorizing the News of Gaddafi’s Death”. *Digital Journalism*, 1(3), pp. 352–367.
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2010). *Blur: How to Know What’s True in the Age of Information Overload*. New York: Bloomsbury.
- Kurmakaeva, A. (2015). *Las 7 redes sociales más populares en Rusia*. Human Level Communications. Disponible en: <https://www.humanlevel.com/articulos/redes-sociales-articulos/las-7-redes-sociales-mas-populares-en-rusia.html#VKontakte>. Consultado el 8 de febrero de 2018.
- Lander, E. y Arconada-Rodríguez, S. (2017). “Venezuela: un barril de pólvora. *Nueva Sociedad*, 269, pp. 17 – 26.
- Leshchenko, S. (2014). “The Maidan and Beyond. The Media’s Role”. *Journal of Democracy*, 25(3), pp. 52 – 57.
- Lichterman, J. (2015). “How The Washington Post works with its foreign correspondents to report via social media”. *NiemanLab*. Disponible en: <http://www.niemanlab.org/2015/11/how-the-washington-post-works-with-its-foreign-correspondents-to-report-via-social-media>. Consultado el 8 de febrero de 2018
- Loomis, K. (2009). “A Comparison of Broadcast World News Web Pages: Al-Jazeera English, BBC, CBS, and CNN”. *Electronic News*, 3(3), pp. 143–60.
- Lotan, G.; Graeff, E.; Ananny, M.; Gaffney, D.; Pearce, I. y Boyd, D. (2011). “The Arab Spring. The Revolutions Were Tweeted: Information Flows during the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions”. *International Journal of Communication*, 5(31), pp. 1375 – 1405.
- Meltzer, K. (2013). “The US launch of Al-Jazeera English in Washington, DC: An analysis of American media coverage”. *Journalism*, 14(5), pp. 661-677.

- Miladi, N. (2016). "Social Media and Social Change". *Digest of Middle East Studies*, 25(1), pp. 36 – 51.
- Miles, H. (2006). *Al-Jazeera. How Arab TV News Challenged the World*. London: Abacus.
- Newman, N. (2009). *The rise of social media and its impact on mainstream journalism*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Pavlik, J. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Pavan, E. (2015). "The cement of civil society. Foundations for a more genuine understanding of online collective action". *Partecipazione e Conflitto*, 8(3), pp. 910 – 918.
- Pew Research Center (2017). *Americans' online news use is closing in on TV news use*. Washington: Pew Research Center.
- Pew Research Center (2012). *In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable*. Washington: Pew Research Center.
- Redondo, M. (2005). *Internet como fuente de información en el periodismo internacional*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Rheingold, H. (2009). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social (Smart Mobs)*. Barcelona: Gedisa.
- Robinson, P. (2005). *The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention*. New York: Routledge.
- Rodrigo, M. (1991). *La Construcción de la Noticia*. Barcelona: Paidós.
- Ruiz-Olabuénaga, J. (2002). *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*. Bilbao: Deusto.

- Sambrook, R. (2010). *Are Foreign Correspondents Redundant?: The changing face of international news*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Tapscott, D. (2011). “The debate on social media and revolutions: Reality steps in”. *HuffPost*. 14 febrero. Disponible en: [http://www.huffingtonpost.com/don-tapscott/social-mediakey-to-revol\\_b\\_823043.html](http://www.huffingtonpost.com/don-tapscott/social-mediakey-to-revol_b_823043.html). Consultado el 8 de febrero de 2018.
- Tulloch, C.D. (2004). *Corresponsales en el extranjero: Mito y realidad*. Pamplona: EUNSA.
- Valassopoulos, A. (2012). “Beyond Al-Jazeera”. *New Formations*, 76(1), pp. 143–147.
- Van Leuven, S.; Heinrich, A. y Deprez, A. (2013). “Foreign reporting and sourcing practices in the network sphere: A quantitative content analysis of the Arab Spring in Belgian news media”. *New Media & Society*, 17(4), pp. 573 – 591.
- Vinader, R. y De-la-Cuadra, E. (2012). “Televisión 2.0: las estrategias comunicativas en la web social”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, pp. 909–918.
- Wardle, C. y Williams, A. (2010). “Beyond user-generated content: a production study examining the ways in which UGC is used at the BBC”. *Media, Culture & Society*, 32(5), pp. 781-799.
- Westerman, D.; Spence, P. y Van-Der-Heide, B. (2014). “Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, pp. 171–183.
- Zhdanova, M. y Orlova, D. (2017) “Computational Propaganda in Ukraine: Caught between external threats and internal challenges.” Samuel Woolley, Samuel; Howard, Philip, Eds. Working Paper 2017.9. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda.

Zayani, M. (2008). "Arab media, corporate communications, and public relations: The case of Al-Jazeera". *Asian Journal of Communication*, 18(3), pp. 207–222.



## 7.6. Cuestionario entrevistas

### a) Cuestionario periodista

1. Formación y trayectoria profesional:
  - 1.1. ¿Dónde se formó?
  - 1.2. ¿Para quién ha trabajado?
  - 1.3. ¿Ha trabajado como corresponsal o enviado especial?
  - 1.4. ¿En qué países ha trabajado?
  - 1.5. ¿Tiene alguna preferencia en cuanto a destinos?
  - 1.6. ¿Ha conseguido un buen nivel de adaptación cultural y idiomática en su destino?
2. Rutinas profesionales:
  - 2.1. ¿En qué consiste su día a día profesional?
  - 2.2. ¿Qué contacto mantiene con su redacción central?
  - 2.3. ¿Considera que tiene autonomía o trabaja bajo directivas de la cadena?
  - 2.4. ¿Tiene los recursos necesarios para desarrollar su actividad?
3. Fuentes de información:
  - 3.1. ¿Qué fuente emplea en su trabajo? ¿Existe jerarquía entre ellas?
  - 3.2. ¿Qué fuentes le proporciona su cadena?
  - 3.3. ¿Qué opinión tiene de las nuevas fuentes de información como los *Social Media*, o el *User Generated Content*? ¿Otorgan credibilidad? ¿Son mudas?
  - 3.4. ¿Es Ud. Escéptico, pragmático o entusiasta en relación a estas fuentes?
  - 3.5. ¿Utiliza estos contenidos como fuente? ¿Cuándo?
  - 3.6. ¿Diferencia entre perfiles *mainstream* (oficiales 2.0) y alternativos (no oficiales 2.0)?
  - 3.7. ¿Representan una herramienta útil en su rutina o son un competidor para el corresponsal? (Bigdata)
  - 3.8. ¿Tienen la misma relevancia en la construcción de la noticia que las fuentes tradicionales?
  - 3.9. ¿La citación de fuentes obedece a criterios de relevancia o de delimitación temporal de la pieza en TV?

4. Social Media:
  - 4.1. ¿Es usuario de *Social Media*? ¿Qué plataformas: *Facebook*, *Twitter*...?
  - 4.2. ¿Tiene perfiles propios o sólo consulta?
  - 4.3. ¿Interactúa desde sus perfiles con sus fuentes?
  - 4.4. ¿Tiene perfiles personal y profesional separados?

## b) Cuestionario responsable sección Internacional

1. Formación, trayectoria y responsabilidades:
  - 1.1. ¿Dónde se formó?
  - 1.2. ¿Ha sido corresponsal?
  - 1.3. ¿En qué consiste su rutina profesional?
2. Relación con sus periodistas:
  - 2.1. ¿Con qué periodicidad mantienen contacto?
  - 2.2. ¿Cuáles son las directivas básicas que reciben los periodistas?
  - 2.3. ¿Considera que el periodista tiene autonomía?
3. Fuentes de información:
  - 3.1. ¿Le proporciona fuentes al periodista?
  - 3.2. ¿Qué opinión tiene de las nuevas fuentes de información como los *Social Media*, o el *User Generated Content*?
  - 3.3. ¿Tienen la misma relevancia en la construcción de la noticia que las fuentes tradicionales?
4. Social Media:
  - 4.1. ¿Es usuario de *Social Media*? ¿Qué plataformas: *Facebook*, *Twitter*...?
  - 4.2. ¿Tiene perfiles propios o sólo consulta?
  - 4.3. ¿Tiene perfiles personal y profesional separados?

## Bibliografía

- AGUDIEZ, P., PRÍNCIPE, S. y REAL, E. (2007). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 189–212.
- AL JAZEERA (2012). “Facts and Figures”. Al Jazeera. Disponible en:  
<https://www.aljazeera.com/aboutus/2010/11/20101110131438787482.html> Consulta: 12 de julio de 2018.
- AL JAZEERA (2015). *News Verification. A practical guide for journalists to verify digital content*. Doha: Al Jazeera Media Training and Development Centre.
- ALMASKATI, N. A. (2012). Newspaper coverage of the 2011 protests in Egypt. *International Communication Gazette*, 74(4), 342–366.
- ALTHEIDE, D. L. (1997). The News Media, the Problem Frame, and the Production of fear. *The Sociological Quarterly*, 38(4), 647-668
- APAOLAZA, F. (2006). “Con internet, cada ciudadano podrá ejercer como periodista al menos una vez en la vida”. *lavozdigital.es*. Disponible en:  
<http://www.lavozdigital.es/cadiz/prensa/20061022/sociedad/internet-cada-ciudadano-podra20061022.html> Consulta: 30 de marzo de 2018.
- ARCHETTI, C. (2012). Which Future for Foreign Correspondence? *Journalism Studies*, 13(5-6), 847–856.
- BATESON, G. (1972). *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Antropology, Psychiatry, Evolution and Epistemology*. Nueva York: Ballantine Books.

- BBC (2009). "BBC's international news services attract record global audience of 238 million". *BBC Press Office*. Disponible en <http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2009/06june/02/audience.shtml> Consulta: 8 de febrero de 2018.
- BBC (2016). "BBC weekly audience in Africa rises to a record 111 million". *BBC Press Office*. Disponible en: <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2016/weekly-audience-in-africa> Consulta: 3 de mayo de 2018.
- BELAIR-GAGNON, V. (2015). *Social Media at BBC News: The Re-Making of Crisis Reporting*. Londres: Routledge.
- BERGER, A. A. (1998). *Media Research Techniques*. Thousand Oaks: SAGE.
- BERGER, P. L. y LUCKMANN, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- BOCZKOWSKI, P. J. (2004). The Processes of Adopting Multimedia and Interactivity in Three Online Newsrooms. *Journal of Communication*, 54(2), 197–213.
- BORRAT, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BORRAT, H. y FONTCUBERTA, M. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- BOWMAN, B.S. y WILLIS, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. Reston: The Media Center .
- BRUNO, N. (2011). *Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- BRUNS, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. Nueva York: Peter Lang.

- BURNS, A. y ELTHAM, B. (2009). Twitter free Iran: an evaluation of Twitter's role in public. Diplomacy and Information Operations in Iran's 2009 election crisis. *Record of the Communications Policy & Research Forum*, 298-310.
- CASTELLS, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. México: Siglo XXI.
- CASTELLS, M. (2005). *La sociedad red: Una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
- CASTELLS, M. (2007). Innovación, libertad y poder en la era de la información. En de Moraes, D. (Ed.) *Sociedad Mediatizada*, 175 – 182. Barcelona: Gedisa.
- CASTELLS, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge: Polity Press.
- CISION (2017). *2017 Global Social Journalism Study*. Canterbury: Canterbury Christ Church University.
- CCMA - Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. (2017). “TV3, líder d'audiència del 2016, per setè any consecutiu”. Disponible en: <http://www.ccma.cat/tv3/tv3-lider-dauidencia-del-2016-per-sete-any-consecutiu/noticia/2766211/> Consulta: 13 de mayo de 2017
- CNN (2018). “CNN iReport”. *CNN iReport*. Disponible en: <https://edition.cnn.com/specials/opinions/ireport-assignment-desk> Consulta; 3 de mayo de 2018
- COCCO, G. y ALBAGLI, S. (2012). *Revolução 2.0: e a crise do capitalismo global*. Rio de Janeiro: Garamond International.
- COLLINS DICTIONARY (2017). “The Collins Word of the Year 2017”. *Collins Dictionary*. Disponible en: <https://www.collinsdictionary.com/es/woty> Consulta: 3 de mayo de 2018.

- COMPTON, J.R. y BENEDETTI, P. (2010). Labour, new media and the institutional restructuring of journalism. *Journalism Studies*, 11, 487-499.
- COTTLE, S. (2011). Media and the Arab uprisings of 2011: Research notes. *Journalism*, 12(5), 647-659.
- COZMA, R. y CHEN, K.J. (2013). What's in a Tweet? *Journalism Practice*, 7(1), 33-46.
- DENZIN, N.K. (1970). *Sociological Methods: a Source Book*. Chicago: Aldine.
- DE PABLOS, J. (2006). Fuentes mudas (en la web): periodismo transit propaganda. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 12, 115-144.
- DEUZE, M. (2008). Toward a Sociology of Online News? En Paterson, C. y Domingo, D. (Eds.) *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*, 45-60. Nueva York: Peter Lang.
- DIAKOPOULOS, N., DE CHOUDHURY, M. y NAAMAN, M. (2012). Finding and Assessing Social Media Information Sources in the Context of Journalism. En SIGCHI (Ed.) *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2451-2460. Nueva York: ACM.
- DI BONITO, I. (2014). La Primavera Árabe y las redes sociales: apuntes sobre la relación entre los acontecimientos políticos y los nuevos medios de comunicación. En Guillet, J. y Salgado, F. (Eds.) *El periodismo en las transiciones políticas*, 335 - 350. Madrid: Biblioteca Nueva.
- DOBZHANSKA, O. (2014). The EU aspect at the Ukrainian Maidan. *Eurint*, 1, 83 - 89.
- ELENA, M. y GÓMEZ NADAL, M. (2016). Social media as a source of information for correspondents: Approach to the state of the art. *Comunicació. Revista de recerca i d'anàlisi*, 33(1), 119- 137.

- ELENA, M. (2016). Framing international media in the face of social movements: CNN and Al-Jazeera English in the fall of Morsi. *Communication & Society*, 29(3), 119-131.
- ELENA, M. (2018). Los medios sociales como fuente de información en conflictos internacionales. Al-Jazeera English, BBC y CNN en Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017. *Trípodos*, 43.
- ELENA, M. y TULLOCH, C.D. (2017). Social Media as News Source in International Conflicts. Journalistic practice in Catalan Television bulletins during the Arab Spring in Egypt. *Hipertext.net*, 15, 46-56.
- EL GODY, A. (2014). The use of information and communication technologies in three Egyptian newsrooms. *Digital Journalism*, 2(1), 77-97.
- ELTRINGHAM, M. (2013). “Periodistes i xarxes socials; una relació difícil”. *Cicle de debats Col·legi de Periodistes de Catalunya*. Disponible en: <http://futur.periodistes.org/periodistes-i-xarxes-socials-una-relacio-dificil/#debat-506> Consulta: 29 de mayo de 2018.
- ENTMAN, R.M. (1991). Framing U.S. coverage of international news: contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents. *Journal of Communication*, 41(4), 6 – 27.
- ENTMAN, R.M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-8.
- EUROPEAN COMMISSION (2016). *Standard Eurobarometer 86. Media use in the European Union Report*. Bruselas: European Commission.
- FAHMY, S.S. y AL EMAD, M. (2011). Al-Jazeera vs Al-Jazeera: A comparison of the network’s English and Arabic online coverage of the US/Al Qaeda conflict. *International Communication Gazette*, 73(3), 216-232.

- FERNÁNDEZ-GARCÍA, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva Sociedad*, 269, 66 – 77.
- FERNÁNDEZ-PLANELLAS, A. (2015a). “Keeping up with the news. Youth Culture, Social Activism & Digital Communication”. Barcelona: UPF.
- FERNÁNDEZ-PLANELLAS, A. (2015b). Factors influencing trust in media: exploring the association between media consumption and news about the 15M Movement. *Hipertext.net*, 13.
- FESTINGER, L. (1992). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona: Paidós.
- FLORES, J. y AGUADO, G. (2006). Claves de los weblogs y su influencia en la prensa tradicional. *Doxa Comunicación*, 141–160.
- FONDEVILA GASCÓN, J. (2010). El cloud journalism: un nuevo concepto de producción para el periodismo del siglo XXI. *Observatorio Journal*, 4 (1), 19 – 35.
- FRANKLIN, B. y CARLSON, M. (2010). *Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives*. Nueva York: Routledge Chapman & Hall.
- FREEDMAN, D. (2018) “Public Service” and the Journalism Crisis: Is the BBC the Answer? *Television & New Media*, 0(00), 1 – 16.
- GALTUNG, J. y RUGE, M. (1965). The Structure of Foreign News. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2, 64 – 91.
- GANS, H. J. (1979). *Deciding What’s News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Nueva York: Pantheon.



- GHANNAM, J. (2011). *Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011*. Washington: CIMA.
- GIFREU, J. (2008). TV3 i Catalunya Ràdio: 25 anys de servei al país. *Informe de la Comunicació a Catalunya 2007 – 2008*, 21. 339 – 351.
- GILLMOR, D. (2006). *We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People*. Newton: O'Reilly Media.
- GIRALDO, S. (2015). *Més enllà de twitter. De l'expressió indignada a l'acció política*. Vic: Eumo.
- GOFFMAN, E. (1981). *Frame analysis*. Nueva York: Harper & Row.
- GOLAN, J. (2010). Determinants of International News Coverage. En Golan, G., Johnson, T. y Wanta, W. (Eds.) *International Media Communication in a Global Age*, 125 – 144. Nueva York: Routledge.
- GRABER, D. (1989). Content and meaning. What's it all about? *American Behavioral Scientist*, 33(2), 144 – 152.
- GUBER, R. (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Barcelona: Norma.
- GUILLAMET, J. (2003). *Història del periodisme: notícies, periodistes i mitjans de comunicació*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- HABERMAS, J. (1994). *Tres modelos de democracia: sobre el concepto de una política deliberativa*. Valencia: Episteme.
- HABERMAS, J. (2002). *Ciencia y técnica como "ideología"*. Madrid: Tecnos.
- HALE, H.E. (2013). Regime Change Cascades: What We Have Learned from the 1848 Revolutions to the 2011 Arab Uprisings. *Annual Review of Political Science*, 16(1), 331–353.

- HEDMAN, U. y DJERF-PIERRE, M. (2013). The Social Journalist. *Digital Journalism*, 1(3), 368–385.
- HEINRICH, A. (2012). Foreign Reporting in the Sphere of Network Journalism. *Journalism Practice*, 6(5-6), 766–775.
- HERMIDA, A. (2012). Social Journalism: Exploring how Social Media is Shaping Journalism. En Siapera, E. y Veglis, A. (Eds.) *The Handbook of Global Online Journalism*, 309–328. Nueva Jersey: Wiley.
- HERMIDA, A. (2013). #Journalism. *Digital Journalism*, 1(3), 295–313.
- HERMIDA, A., LEWIS, S. y ZAMITH, R. (2014). Sourcing the Arab Spring: A case study of Andy Carvin’s sources during the Tunisian and Egyptian Revolutions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 479–499.
- HESS, S. (1996) *International News & Foreign Correspondents*. Washington: Brookings Institution Press.
- HOWARD, P., BOLSOVER, G., KOLLANYI, B., BRADSHAW, S. y NEUDERT, L.M. (2017). *Junk News and Bots during the U.S. Election: What Were Michigan Voters Sharing Over Twitter?* Data Memo 2017.1. Oxford: Project on Computational Propaganda. University of Oxford.
- HOWE, B.J. (2006). The Rise of Crowdsourcing. *Wired Magazine*, 14, 1–5.
- JANSSEN OBSERVER (2017). *II Sondeo Janssen Observer Periodistas y Redes Sociales*. Janssen Observer. Disponible en: [www.clipprensa.com/Janssen/infografia1.pdf](http://www.clipprensa.com/Janssen/infografia1.pdf). Consulta: 8 de febrero de 2018
- JELLISSSEN, S.M. (2012). Book Review: Elections and Distributive Politics in Mubarak’s Egypt. *Comparative Political Studies*, 45(4), 535–539.

- JENKINS, H., PUROSHOTMA, R., CLINTON, K., WEIGEL, M. y ROBISON, A.J. (2005). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: McArthur.
- JHA, S. (2008). Why they wouldn't cite from sites: A study of journalists' perceptions of social movement web sites and the impact on their coverage of social protest. *Journalism*, 9(6), 711–732.
- KANTAR MEDIA. (2017). “Datos de audiencia Cataluña, Abril 2017”. *Kantar Media*. Disponible en: <http://www.kantarmedia.es/onlw/doc/datmes2.htm> Consulta: 13 de mayo de 2017.
- KAPLAN, A.M. y HAENLEIN, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59–68.
- KEVIN, D., PELICANÒ, F. y SCHNEEBERGER, A. (2013). *Television News Channels in Europe*. Bruselas: European Commission.
- KOVACH, B. (2006). Toward a new journalism with verification. *Nieman Reports*. Disponible en: <http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/100292/Toward-a-New-Journalism-With-Verification.aspx> Consulta: 30 de marzo de 2018.
- KRAIDY, M.M. (2008). Al Jazeera and Al Jazeera English: A comparative institutional analysis. En. Kugelman, M. (Ed.) *Kuala Lumpur calling: Al-Jazeera English in Asia*. Washington, DC: Woodrow Wilson International Center for Scholars.
- KRISTENSEN, N.N. y MORTENSEN, M. (2013). Amateur Sources Breaking the News, Metasources Authorizing the News of Gaddafi's Death. *Digital Journalism*, 1(3), 352–367.

- KURMAKAEVA, A. (2015). “Las 7 redes sociales más populares en Rusia”. *Human Level Communications*. Disponible en: <https://www.humanlevel.com/articulos/redes-sociales-articulos/las-7-redes-sociales-mas-populares-en-rusia.html#VKontakte>. Consulta: 8 de febrero de 2018.
- LAMLOUM, O. (2006). *Al-Jazira, espejo rebelde y ambiguo del mundo árabe*. Barcelona: Hacer.
- LANDER, E. y ARCONADA-RODRÍGUEZ, S. (2017). Venezuela: un barril de pólvora. *Nueva Sociedad*, 269, 17 – 26.
- LESHCHENKO, S. (2014). The Maidan and Beyond. The Media’s Role. *Journal of Democracy*, 25(3), 52 – 57.
- LICHTERMAN, J. (2015). “How The Washington Post works with its foreign correspondents to report via social media”. *NiemanLab*. Disponible en: <http://www.niemanlab.org/2015/11/how-the-washington-post-works-with-its-foreign-correspondents-to-report-via-social-media>. Consulta: 8 de febrero de 2018
- LIM, M. (2013). Framing Bouazizi: “White lies”, hybrid network, and collective/connective action in the 2010-11 Tunisian uprising. *Journalism*, 14(7), 921–941.
- LINARES, J. (2017). “El 15M y los medios españoles: análisis de redes temáticas en Twitter”. Barcelona: UPF.
- LIVINGSTON, S. y ASMOLOV, G. (2010). Networks and the Future of Foreign Affairs Reporting. *Journalism Studies*, 11(5), 745–760.
- LOOMIS, K. (2009). A Comparison of Broadcast World News Web Pages: Al Jazeera English, BBC, CBS, and CNN. *Electronic News*, 3(3), 143–60.

- LOTAN, G., GRAEFF, E., ANANNY, M., GAFFNEY, D., PEARCE, I. y BOYD, D. (2011). The Arab Spring. The Revolutions Were Tweeted: Information Flows during the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. *International Journal of Communication*, 5, 31.
- LYNCH, M. (2006). *Voices of the New Arab Public. Iraq, Al-Jazeera and Middle East Politics Today*. Nueva York: Columbia University Press.
- MACIÁ BARBER, C. (2007). No todos somos ya periodistas . Un análisis de la utopía del periodismo ciudadano desde la perspectiva del reportaje interpretativo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 123–144.
- MARSHALL, C. y ROSSMAN, G. (1999) *Designing qualitative research*. Londres: Sage Publications.
- MARTÍNEZ, M. y MADARIAGA, J.M. (2005). Democracia digital: nuevos medios y participación ciudadana. Experiencias en la red de la población inmigrante en España. *Portularia: Revista de Trabajo Social*, 5, 21-34.
- MATTONI, A. y TRERÉ, E. (2014). Media Practices, Mediation Processes, and Mediatization in the study of Social Movements. *Communication Theory*, 24(3), 252- 271.
- MCDERMOTT, A. (2013). *Egypt from Nasser to Mubarak*. Nueva York: Taylor & Francis.
- MCLUHAN, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Nueva York: Mentor.
- MELTZER, K. (2013). The US launch of Al Jazeera English in Washington, DC: An analysis of American media coverage. *Journalism*, 14(5), 661-677.
- MERAZ, S. (2009). Is There an Elite Hold? Traditional Media to Social Media Agenda Setting Influence 25 in Blog Networks. *Journal of computer-mediated communication*, 14(3), 682-707.

- MESSEGUER, D. (2016). “Anàlisi de la cobertura mediàtica de la revolució tunisiana. Enquadraments, agendes i discurs de la premsa internacional durant l’aixecament popular que va canviar el món àrab”. Barcelona: UPF.
- MILADI, N. (2011). New media and the Arab revolution: Citizen reporters and social activism. *Journal of Arab and Muslim Media Research*, 4, 113–119.
- MILAN, S. (2015). From social movements to cloud protesting: the evolution of collective identity. *Information, Communication & Society*, 18(8), 887 – 900.
- MILES, H. (2006). *Al Jazeera. How Arab TV News Challenged the World*. Londres: Abacus.
- MORRISON, D. y TUMBER, H. (1985). The Foreign Correspondent: date-line London. *Media, Culture and Society*, 7(4), 445–70.
- MOSCA, L. (2014). Bringing Communication Back in: Social Movements and Media. En Padovani, C. y Calabrese, A. (Eds.). *Communication Rights and Social Justice: Historical Accounts of Transnational Mobilizations*, 219 – 233. Nueva York: Palgrave Mcmillian.
- MURILLO, M. (2009). Periodismo ciudadano: dudas e interrogantes. En *Estudios de periodística XIV: Periodismo ciudadano, posibilidades y riesgos para el discurso informativo*. Salamanca: Comunicaciones y ponencias del X Congreso de la Sociedad Española de Periodística.
- NAIR, M. (1991). The foreign media correspondent: Dateline Washington D.C. *International Communication Gazette August*, 48, 59-64.
- NEWMAN, N. (2009). *The rise of social media and its impact on mainstream journalism*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

- NOCI, J.D. y SALAVERRÍA, R. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- NOGUERA, J.M. y CORREYERO, B. (2008). El periodismo ciudadano en la cobertura de la masacre de Virginia Citizen Journalism , the case of Virginia Tech. *Textual & Visual Media*, 1, 237–254.
- ONUICH, O. (2014). The Maidan and Beyond. The Media’s Role. *Journal of Democracy*, 25(3), 44 – 51.
- ORIHUELA, J.L. y SANTOS, M.L. (2004). Los weblogs como herramienta educativa: experiencias con bitácoras de alumnos. *Quaderns Digitals*, 35, 1-7.
- PATERSON, C. y DOMINGO, D. (2008). *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*. Nueva York: Peter Lang.
- PAVLIK, J.V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- PÉREZ-ALTABLE, L. (2016). “Social movements and network analysis: the case of Tunisia digital activism before and during the Arab Spring (2010-2011)”. Barcelona: UPF.
- PEW RESEARCH CENTER (2012). *In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable*. Washington: Pew Research Center.
- PEW RESEARCH CENTER (2017). *Americans’ online news use is closing in on TV news use*. Washington: Pew Research Center.
- PIRANI, S. (2007). *Ukraine’s gas sector*. Oxford: Oxford Institute for Energy Studies.
- PNUD – Programa Naciones Unidas para el Desarrollo (2016). *Informe sobre Desarrollo Humano 2016. Desarrollo humano para todas las personas*. Nueva York: PNUD.

- POLLOCK, J.C. (1981). *The Politics of Crisis Reporting: Learning to Be a Foreign Correspondent*. Nueva York: Praeger.
- REDONDO, M. (2005). “Internet como fuente de información en el periodismo internacional”. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- REDONDO, M. (2007). Un análisis de contenido dual. Propuesta metodológica para el estudio de Internet como fuente. *Empiria. Revista de metodología de las ciencias sociales*, 35–58.
- RHEINGOLD, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social (Smart Mobs)*. Barcelona: Gedisa.
- ROBINSON, P. (2005). *The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention*. Nueva York: Taylor & Francis.
- RODRIGO, M. (1989). *La Construcción de la Noticia*. Barcelona: Paidós.
- RUGH, W. A. (2004). *Arab Mass Media. Newspapers, Radio and Television in Arab Politics*. Westport: Praeger Publishers.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J., ARISTEGUI, I. y MELGOSA, L. (1998). *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*. Bilbao: Deusto.
- RYFE, D.M. (2013). *Can Journalism Survive: An Inside Look at American Newsrooms*. Cambridge: Polity Press.
- SÁDABA, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la ”teoría del encuadre” (framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 14(2), 143 – 175.
- SALVAT, G. y PANIAGUA, P. (2007). ¿Es esto periodismo, ciudadano? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 227 – 246.



- SAMBROOK, R. (2010). *The changing face of international news*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- SCHUDSON, M. y ANDERSON, C. (2008). Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism. En Hanitzsch, T. y Wahl-Jorgensen, K. (Eds.) *Handbook of journalism studies*. Abingdon: Taylor & Francis.
- SEGURA, A. (2002). *Aproximación al mundo islámico: desde los orígenes hasta nuestros días*. Barcelona: UOC.
- SEIB, P. (2008). *The Aljazeera Effect. How the New Global Media Are Reshaping World Politics*. Washington: Potomac Books.
- SILVERMAN, D. (2009). *Doing Qualitative Research*. Los Angeles: Sage.
- SMYTH, F. (1993). Official sources, “Western diplomats” and other voices from the mission. *Columbia Journalism Review*, 32(1), 35.
- SOLDATOV, A. y BOROGAN, I. (2015). *The Red Web: The Struggle Between Russia's Digital Dictators and the New Online Revolutionaries*. New York: PublicAffairs.
- SPENCER, D.R. (2007). *The Yellow Journalism: The Press and America's Emergence as a World Power*. Evanston: Northwestern University Press.
- STATISTA (2014). “Share of adult internet users in selected developing markets who access social networks as of June 2014”. Disponible en: <https://www.statista.com/statistics/271631/share-of-adult-social-network-users-in-selected-countries/> Consulta: 3 de mayo de 2018.
- STEVENSON, R.L. y SHAW, D.L. (1985). *Las noticias internacionales y el nuevo orden en la información mundial*. Barcelona: Mitre.

- SUAU-GOMILA, G., PERCASTRE MENDIZÁBAL, S. y PONT SORRIBES, C. (2017) Análisis de redes sociales digitales en casos de emergencia: una propuesta metodológica para su estudio. En Sánchez Calero, M.L. y Limón Naharro, P. (Eds.) *La construcción de la noticia y el papel de los social media y periodismo ciudadano en la gestión de información de desastres o catástrofes naturales*. Sevilla: Egregius.
- SCHWARZ, A., SEEGER, M.W. y AUER, C. (2016). *The handbook of International Crisis Communication Research*. Nueva Jersey: Wiley.
- TAGMA, H. M., KALAYCIOGLU, E. y AKCALI, E. (2013). “Taming” Arab social movements: Exporting neoliberal governmentality. *Security Dialogue*, 44(5-6), 375–392.
- TANKARD, J. (1991). Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement. En *Communication Theory and Metodology Division Association for Education in Journalism and Mass Communication convention*. Boston.
- TAPSCOTT, D. (2011). “The debate on social media and revolutions: Reality steps in”. *HuffPost*. Disponible en: <http://www.huffingtonpost.com/don-tapscott/social-mediakey-to-revolb823043.html>. Consulta: 8 de febrero de 2018.
- THE NEW YORK TIMES (2017). “The Times Issues Social Media Guidelines for the Newsroom”. *The New York Times*. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2017/10/13/reader-center/social-media-guidelines.html> Consulta: 24 de octubre de 2017
- TUCHMAN, G. (1978). *Making News*. Nueva York: Free Press.
- TULLOCH, C. (2004). *Corresponsales en el extranjero: Mito y realidad*. Pamplona: EUNSA.
- TULLOCH, C. (2010). Cuando las noticias llegan del extranjero. En Camacho, I. (Ed.) *La especialización en el periodismo*, 193 - 211. Sevilla: Comunicación Social.

- TUNSTALL, J. (1974). *Journalists at Work; Specialist Correspondents. Their News Organizations, News Sources, and Competitor-Colleagues*. Newcastle: Sage.
- VALASSOPOULOS, A. (2012). Beyond Al-Jazeera. *New Formations*, 76(1), 143–147.
- VAN LEUVEN, S., HEINRICH, A. y DEPREZ, A. (2013). Foreign reporting and sourcing practices in the network sphere: A quantitative content analysis of the Arab Spring in Belgian news media. *New Media & Society*, 0, 1 – 19.
- VERWEIJ, P. y VAN NOORT, E. (2014). Journalists' twitter networks, public debates and relationships in South Africa. *Digital Journalism*, 2(1), 98–114.
- VIDAL COY, J.L. (2011). Reporteros, Documentación y ciudadanos periodistas. *Anales de Documentación*, 14(1), 1–15.
- VINADER, R. y DE LA CUADRA, E. (2012). Televisión 2.0: las estrategias comunicativas en la web social. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 909–918.
- WESTERMAN, D., SPENCE, P. y VAN-DER-HEIDE, B. (2014). Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 171–183.
- ZAHEDI, F. (2014). La cultura de posmodernidad y la Primavera Árabe. En Guillamet, J. y Salgado, F. (Eds.) *El periodismo en las transiciones políticas*, 323 – 334. Madrid: Biblioteca Nueva.
- ZAYANI, M. (2008). Arab media, corporate communications, and public relations: The case of Al Jazeera. *Asian Journal of Communication*, 18(3), 207–222.
- ZELIZER, B. y ALLAN, S. (2011). *Journalism After September 11*. Nueva York: Taylor & Francis.

ZHDANOVA, M. y ORLOVA, D. (2017) Computational Propaganda in Ukraine: Caught between external threats and internal challenges. En Woolley, S. y Howard, P. (Eds.) *Working Paper 2017.9*. Oxford: Project on Computational Propaganda.