

Treball de fi de grau

Títol

**Twitter com a font d'informació periodística durant un atemptat:
les conseqüències de la immediatesa**

Autor/a

Eric Pujol Pedrol

Tutor/a

Emilio Fernández Peña

Departament	Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Recerca
Data	1 de juny del 2017

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català: Twitter com a font d'informació durant un atemptat:
les conseqüències de la immediatesa

Castellà: Twitter como fuente de información durante un atentado:
las consecuencias de la inmediatez

Anglès: Twitter as an information source during an attack:
the consequences of the immediacy

Autor/a: Eric Pujol Pedrol

Tutor/a: Emilio Fernández Peña

Curs: 2016/17

Grau: Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català: Atemptats, París, Twitter, Immediatesa, Mitjans, Informació, Verificació, Xarxes Socials, Velocitat, Veracitat

Castellà: Atentado, París, Twitter, Inmediatez, Medios, Información, Verificación, Redes Sociales, Velocidad, Veracidad

Anglès: Attack, Paris, Twitter, Immediacy, Media, Information, Verification, Social Network, Velocity, Veracity

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català: Les noves tecnologies han canviat per complet la nostra societat i, per defecte, també han modificat la forma de fer periodisme. A les redaccions s'han fet imprescindibles elements com les xarxes socials. Aquestes eines aporten immediatesa a l'hora d'informar i fer difusió, però també presenten dificultats com la verificació de les dades que es reben. En aquest treball analitzem algunes errades que van cometre diversos mitjans de comunicació que van agafar Twitter com a font d'informació durant la nit dels atemptats de París que van tenir lloc el 13 de novembre del 2015.

Castellà: Las nuevas tecnologías han cambiado por completo nuestra sociedad y, por defecto, también han modificado la forma de hacer periodismo. En las redacciones se han hecho imprescindibles elementos como las redes sociales. Estas herramientas aportan inmediatez al informar y hacer difusión, pero también presentan dificultades como la verificación de los datos que se reciben. En este trabajo analizamos algunos errores que cometieron distintos medios de comunicación que tomaron Twitter como fuente de información durante la noche de los atentados de París que tuvieron lugar el 13 de noviembre del 2015.

Anglès: New technologies have completely changed our society and, indeed, they have also modified the way we practice journalism. Social networks have become indispensable in the editorial departments. These tools provide immediacy when informing and spreading news but they also present some difficulties as the verification of the information we receive. In this project we analyse some mistakes that were made by media for having Twitter as an information source during the attacks in Paris the night of November 13, 2015.

Twitter com a font d'informació periodística durant un atemptat:

les conseqüències de la immediatesa



Eric Pujol Pedrol

Tutor: Emilio Fernández Peña

Departament de Comunicació Audiovisual, Publicitat i Relacions Públiques

Facultat de Ciències de la Comunicació

GRAU EN PERIODISME

UAB

Universitat Autònoma de Barcelona

Agraïments

A l'Emilio Fernández Peña, pels seus consells professionals i vitals.

A l'equip de l'InfoK, per l'aprenentatge i les oportunitats que m'han brindat.

A la meva família, pel suport incansable que he rebut.

A totes aquelles persones que, tot i les dificultats de la professió, fan del periodisme un ofici rigorós i necessari.

Resum

Les noves tecnologies han canviat per complet la nostra societat i, per defecte, també han modificat la forma de fer periodisme. A les redaccions s'han fet imprescindibles elements com les xarxes socials. Aquestes eines aporten immediatesa a l'hora d'informar i fer difusió, però també presenten dificultats com la verificació de les dades que es reben. En aquest treball analitzem algunes errades que van cometre diversos mitjans de comunicació que van agafar Twitter com a font d'informació durant la nit dels atemptats de París que van tenir lloc el 13 de novembre del 2015.

Paraules clau

Atemptats · París · Twitter · Immediatesa · Mitjans · Informació · Verificació · Xarxes
Socials · Velocitat · Veracitat

Índex

1. Introducció	5
2. Plantejament de la recerca	8
2.1. Objectiu general	
2.2. Objectius específics	
2.3. Hipòtesi	

PRIMERA PART: MARC TEÒRIC

3.1. La metamorfosi del periodisme tradicional	9
3.1.1. La tecnologia com a factor de canvi	9
3.1.2. Ús dels dispositius mòbils	10
3.1.3 The New York Times	12
3.1.4 The Guardian	13
3.1.5 Le Monde	13
3.1.6 El País	14
3.1.7 La Vanguardia	14
3.2. El naixement de les xarxes socials	16
3.2.1. Avantatges i pegues de les xarxes socials a les redaccions	18
3.3. Twitter: xarxa entre xarxes?	20
3.4. Periodisme i xarxes: la convivència de la velocitat	22
3.4.1. Teories de la velocitat	22
3.4.2. El rol dels periodistes: la verificació	25

SEGONA PART: MARC EMPÍRIC

4. Àmbit d'estudi	27
5. Metodologia	30
5.1. Recerca a Twitter: arqueologia digital	30
5.2. Seguiment de informacions	33

TERCERA PART: ANÀLISI DELS RESULTATS

6. Anàlisi dels resultats	34
6.1. Exemple 1: Publicació d'una fotografia falsa	34
6.2. Exemple 2: L'ús de la Play Station 4 per a	

planificar els atacs de París	35
6.3. Exemple 3: Incendi en un camp de refugiats de Calais	43
6.5. Exemple 4: Llocs atacats sense confirmació	50
7. Limitacions de la recerca	51
8. Conclusions	53
9. Annexos	55
10. Referències bibliogràfiques i webgrafia	56

1 INTRODUCCIÓ

Sovint em pregunto com funcionaria la redacció d'un programa d'informatius si, durant un dia, els seus treballadors no tinguessin cap mena d'accés a Internet. No tenir la possibilitat de consultar les xarxes socials, ni de comunicar-se entre altres departaments a través del correu intern, ni tan sols poder fer cerques instantànies a pàgines web. Res. Què passaria? Se'n sortirien els professionals de la redacció?

La tecnologia i, per extensió, totes les seves eines s'han consolidat en les nostres vides encara que hi hagi veus *tecnofòbiques* que ho intentin contradir. Tal i com explica el sociòleg Manuel Castells a la seva obra *Comunicación y poder*, una societat en xarxa és aquella que l'estructura social de la qual està configurada de xarxes activades per tecnologies digitals de la comunicació i la informació basades en la microelectrònica. Al cap i a la fi, el periodisme, que no deixa de ser un reflex de cada societat, també s'ha nodrit dels canvis que es deriven de les noves tecnologies. Per aquest motiu, els llocs web, les plataformes digitals o els ecosistemes de xarxes socials s'han convertit en el centre del sistema actual dels mitjans de comunicació (Campos, 2015). Els professionals de l'àmbit i, més concretament, els periodistes haurien d'adoptar –si és que no ho han fet ja– un *afegitor digital* a la seva base cognitiva. És necessari el desenvolupament d'un “setè sentit” que tendeixi a mirar cap al paisatge de les noves tecnologies i, sobretot, les xarxes socials. La importància d'aquest canvi no ve precedida per una determinada voluntat dels mitjans sinó per la tendència, cada vegada més a l'alça, de la interrelació entre la societat i la xarxa. De fet, en aquesta recerca ens endinsem de forma exhaustiva en una xarxa social en concret: Twitter.

Tanmateix, també convé plantejar-se si l'ús que fan els mitjans de les xarxes socials traspasa les línies vermelles del periodisme. Comprenem els conceptes <<ús de les xarxes social>> com les característiques que es deriven del funcionament d'aquestes eines: és a dir, en primer lloc, la bidireccionalitat que introdueixen i que fan que l'usuari es traslladi al punt central de l'esdeveniment. L'actualitat informativa passa per un procés en el qual el mateix usuari pot ser creador, consumidor i distribuïdor de continguts a la mateixa vegada (Herrero, 2011). En segon lloc, els

processos naturals dels mitjans de comunicació tradicionals també s'han vist alterats. Qualsevol diari, per exemple, amb perspectiva de futur té en ment l'anomenat *digital first*, és a dir, una reorganització de les rutines d'una redacció a partir de la qual es prioritza el contingut digital. Segons el periodista nord-americà Jeff Jarvis, aquesta és una estratègia bàsicament empresarial per als propietaris dels mitjans que volen transformar les seves companyies en empreses digitals plenament sostenibles.

Cal bascular, també, què suposa la velocitat, la immediatesa i la constant actualització de les xarxes socials per als resultats del periodisme. Podem debatre si, a partir d'aquesta convivència, s'erosionen elements bàsics com el rigor, la consulta de diverses fonts o la radicalitat¹, entre d'altres. A continuació, introduïm un cas concret sobre els efectes de la simbiosi entre els mitjans i Internet. Publimetro és un rotatiu digital de l'Amèrica Llatina que va publicar el que avui en dia es coneix com a vídeo *viral*, és a dir, una gravació que ha estat àmpliament difosa a través d'Internet. Una usuària va assenyalar amb to irònic la importància desmesurada que el digital havia donat a aquell contingut audiovisual. El mateix director del mitjà va respondre amb el següent missatge: "No ho és (important), ho sabem. Però és una curiositat que té el major trànsit (de visites) de la setmana... Lamentablement, sembla que a la gent no li interessa els nostres especials sobre corrupció, processos de pau o la crisi de mobilitat a Bogotà... Però seguirem fent aquests especials perquè són necessaris, són importants i és la nostra missió com a mitjà. Això (el vídeo *viral*) és per a pagar les nòmines dels que fan aquestes investigacions i donar el gust a una massa que sembla menysprear el vertader periodisme i prefereix la *viralitat*".

En aquest treball analitzem de quina manera van informar els mitjans de comunicació en un cas molt concret: els atemptats que van tenir lloc a París el 13 de novembre del 2015. Concretament, plantegem diversos exemples on els mitjans van publicar informacions que donaven com a veraces però que, amb el temps, podem dir que no ho eren total o parcialment. Arran d'aquest plebiscit, ens preguntem si preval més l'objectiu de ser el primer en explicar quelcom o si, realment, hi ha un

¹Radicalitat: que afecta a l'arrel mateixa d'una cosa, el principi d'una cosa. <http://www.diccionari.cat/>

procés de filtratge i verificació de les dades. Per a fer possible aquest estudi, ens hem emmarcat en l'anàlisi d'una quinzena de mitjans de comunicació d'àmbit internacional i nacional.

2 PLANTEJAMENT DE LA RECERCA

Objectiu general

Analitzar com informen els mitjans de comunicació a partir de les informacions que es difonen per les xarxes socials en situacions extremes com és el cas d'un atemptat.

Objectius específics

- ❑ Conèixer les notícies que els mitjans de comunicació van publicar durant els atemptats i quines són les fonts d'informació.

- ❑ Cercar quins circuits de comunicació es van establir durant els atemptats de París de l'any 2015 entre els missatges que es difonien a Twitter i les informacions que publicaven els mitjans de comunicació.

- ❑ Analitzar si en les dinàmiques dels mitjans de comunicació preval la immediatesa de la publicació d'informació o la investigació del contingut expressat per les fonts.

Hipòtesi

Actualment, l'ús que els mitjans de comunicació fan de les xarxes socials indueixen a fer un periodisme més instantani però sense un procés de verificació professional.

3 MARC TEÒRIC

La metamorfosi del periodisme tradicional

El periodisme, entès en el més elemental dels sentits, pateix un procés de transformació que no se sap ben bé quan ni com acabarà. El que sí coneixem és en quin moment va començar aquest canvi; que és resultat de diferents conseqüències.

Abordem, primer, l'anàlisi del sistema econòmic i empresarial actual del sector de la comunicació. Un estudi de la Universidad de Sevilla sobre mitjans de comunicació tradicionals² apunta dos factors principals que han portat el periodisme a un terreny perillós: d'una banda, la caiguda dels ingressos publicitaris (aquí s'engloba tots els mitjans: ràdio, televisió i premsa) i, d'una altra, el descens de les vendes als quioscos durant els últims anys (es concreta en els rotatius). De fet, en aquest mateix estudi, es té en compte directament una crisi del model actual del periodisme en el qual "es conjuguen factors econòmics i tecnològics. Una crisi que provoca una informació de molt baixa qualitat en moltes ocasions" (Fernández-Palenzuela, 2015).

La tecnologia com a factor de canvi

Tanmateix, l'element tecnològic és un altre dels pilars fonamentals sobre els quals pivota la metamorfosi dels mitjans entesos com a "tradicionals". Els mitjans, doncs, tindran un futur o un altre en conseqüència de com els professionals abordin aquesta qüestió. "L'expansió d'Internet en el sector periodístic suposa, per a molts professionals, una glopada d'aire fresc, un ventall de possibilitats laborals, tot i que encara no està clar el camí que pot prendre la professió periodística de cara a una més que probable reformulació del sector" (Ruano, 2015). El canvi de paradigma obre les portes a un nou model professional "tecnològicament competent, integrat a l'entorn digital i capaç de desenvolupar-se a les xarxes obertes que la societat del segle XXI proposa" (Ruano, 2015).

²López, H. (2013) *Del deterioro del periodismo tradicional al horizonte de las nuevas tecnologías*. Universidad de Sevilla:
<https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/31280/Libro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ara bé, per què els mitjans tenen presència a Internet? Més enllà d'apel·lar a la reflexió reduccionista que els mitjans estan a Internet perquè la societat hi està abocada, cal comprovar-ho amb xifres³: segons l'empresa alemanya d'estadística i investigació de mercats, Statista, al 2014 gairebé un 60% de la població mundial posseïa un dispositiu mòbil. La corporació creu que al 2019, aquesta xifra creixerà fins a deu punts més. Ara bé, partim de la idea que tenir un dispositiu mòbil no implica necessàriament poder accedir a Internet. Doncs bé, segons dades del Banc Mundial, al 2015 un 43,9% de la població mundial tenia accés a Internet. Si ho desgranem a partir de les regions mundials, veurem que al gener del 2017, la part est asiàtica comptava amb 923 milions d'usuaris d'Internet; l'Amèrica del Nord tenia 320 milions i, Europa, en tenia 281. Aquest augment pel que fa al nombre d'usuaris d'Internet es deu, principalment, a una major accessibilitat del material tecnològic, una modernització cada vegada més satisfactòria de la logística tecnològica dels estats de les zones desenvolupades o en vies de desenvolupament i l'increment de l'ús de Smartphones. Tanquem, ara, una mica més el focus d'anàlisi i centrem-nos en Europa. Segons un estudi del Banc Mundial, al 1990, tan sols el 0,1% de la població del Regne Unit tenia accés a Internet. En canvi, al 2015, nou de cada deu ciutadans sí que en tenia. A Espanya, mentre que al 1990 no hi havia gairebé ningú que tingués accés a Internet; al 2015, un 79% de la ciutadania tenia accés a la xarxa.

Ús dels dispositius mòbils

Al 2015 es va publicar el *Informe Mobile en España y en el Mundo* realitzat per Ditrendia, una empresa especialitzada en màrqueting. En aquest estudi s'explica quins usos fan els espanyols del seu dispositiu mòbil. A continuació analitzarem algunes de les dades que s'hi expliciten, la primera de les quals remet a la periodicitat amb la que els usuaris consulten els mòbils. A Espanya, un 90% dels usuaris de Smartphone es connecta a Internet a través del mòbil cada dia i, d'aquests, un 75% s'hi connecta diverses vegades. Més enllà del número de vegades que una persona accedeix al seu dispositiu, el que ens interessa és saber què fan els usuaris. De fet, saber de quina manera l'usuari es mou per la xarxa i com utilitza les diferents aplicacions és una dada crucial per als mitjans de

³Number of internet users worldwide from 2005 to 2016. Statista:
<https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>

comunicació tant *digital natives* com *digital immigrants*⁴. Segons l'informe de Ditrendia, l'activitat principal de set de cada deu persones és navegar pels buscadors d'Internet. Per sota, el 66,2% de la societat espanyola reconeix revisar el correu electrònic i el 64,3% visualitza vídeos. En quart lloc, el 63,1% consulta l'actualitat informativa. Aquestes dades ens serveixen per començar a entendre per què els mitjans de comunicació tradicionals van tenir en compte en el seu moment l'escenari digital.

Però, què és l'univers digital i com ha modificat, realment, l'estructura i l'entorn dels mitjans de comunicació? Tant la Real Academia Española com el mateix Institut d'Estudis Catalans coincideixen en la definició d'Internet com una amalgama informàtica a nivell mundial, descentralitzada i formada per la connexió directa entre ordinadors mitjançant un protocol especial de comunicació. Precisament, els mitjans se senten atrets per Internet gràcies a la possibilitat d'incrementar la relació amb els seus lectors, oients o espectadors. I, a més de ser una nova plataforma d'abast mundial, Internet també ha modificat el *modus operandi* tant de la societat en general com dels periodistes en concret. Pere Masip, doctor en periodisme per la Universitat Ramon Llull, defensa en un article publicat a la Revista de Estudios de Comunicación que l'ecosistema internauta s'ha convertit en un gran recurs per als professionals de la comunicació on hi acudeixen freqüentment atrets pel gran volum d'informació disponible i per la velocitat i facilitat d'accés. "A la vegada, Internet no suposa el naixement de nous usos, sinó la migració a noves formes de realitzar antigues feines" (Masip, 2012).

Seguint en aquesta línia, Alan Rusbridger, editor en cap de *The Guardian* des del 1995 al 2015, més enllà de vaticinar una mort prematura del diari en paper, va explicar en una entrevista a *El País*⁵ que ara mateix la pressió dels debats socials no es troba a cap altre lloc que no sigui Internet. "Els lectors dels diaris volen fòrums, volen participar, debatre l'actualitat, i si no ho oferim nosaltres, ho buscaran a una altra banda", va afegir Rusbridger. Ara bé, no tot té una lectura positiva. Si bé és cert

⁴Prensky, Mark. (2001) *Digital Natives, Digital Immigrants*. MCB University Press. <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

⁵Entrevista d'*El País* als directors de *The Guardian* i *El País*. (30/09/2007) http://elpais.com/diario/2007/09/30/sociedad/1191103210_850215.html

que abans apuntàvem la velocitat que proporciona Internet com un avantatge, també hem de ser conscients que “la immediatesa a Internet té els seus riscos”, reconeixia el mateix Rusbridger. I aquest és un aspecte amb el qual s’hi han topat tant els mitjans que han nascut en l’era digital com aquells que s’hi han mudat. La velocitat, segons alguns experts “l’avantsala de la superficialitat”, pot arribar a posar en perill el periodisme: “Avui en dia es tendeix a fer un tipus de periodisme que trivialitza la realitat”, assenyalava l’ex-editor en cap del rotatiu britànic tot afegint que per ell és important que els diaris no es deixin emportar per aquesta tendència. Més endavant parlarem sobre les teories de la velocitat.

Donem un cop d’ull, ara, a la trajectòria tecnològica que han fet els grans rotatius d’àmbit internacional i nacional. N’analitzarem les característiques concretes de cadascun però volem incloure una reflexió global. Si bé és cert que la majoria dels mitjans conreen les versions digitals cap a finals del segle passat; és des del 2000 fins l’actualitat que tots ells han remodelat el disseny i l’estructura dels seus portals informatius en diverses ocasions. Analitzar tots els mitjans és pràcticament impossible així que hem fet una selecció representativa:

The New York Times⁶

Va ser al gener del 1996 quan el diari *The New York Times* posà en marxa la seva pàgina web amb la següent direcció: www.nytimes.com. La intenció inicial era convertir-se en un mitjà on-line amb la possibilitat que lectors d’arreu del món tinguessin accés als articles i les imatges del diari un cop publicades en paper. Ara bé, no va ser fins l’any 2006, que el rotatiu tingué una versió per als dispositius mòbils.

Tres anys més tard neix *New York Times Minute*. Es tracta d’un producte periodístic que s’hi accedeix exclusivament per la web on s’expliquen notícies d’última hora sobre política, economia i altres temes vinculats a l’actualitat nacional i internacional a partir de vídeos de seixanta segons. Són píndoles informatives a partir de l’anàlisi de reporters i editors del diari americà.

⁶Informació extreta de la pàgina web de *The New York Times*: <http://www.nytimes.com/who-we-are/culture/our-history/>

Amb l'expansió digital, fa tot just dos anys que el mitjà compta amb un perfil a una nova aplicació: Instagram. La idea és arribar als usuaris a través de la imatge. El perfil compta, de moment, amb més de dos milions de seguidors.

The Guardian⁷

Al setembre del 1995, el diari britànic *The Guardian* estableix el New Media Lab. Es tracta d'un departament que s'encarregà de cuidar l'embrió que en un futur seria la publicació electrònica dels rotatius de *The Guardian* i *The Observer*. Nou anys més tard, al març del 2004, es van posar en marxa les edicions digitals dels dos mitjans. D'aquesta forma es posava a disposició dels usuaris els articles, les imatges i els anuncis que apareixien a la premsa en versió escrita.

Guardian Witness és una nova plataforma digital que es va fer pública a l'abril del 2013 gràcies a la qual els lectors podien veure notícies en directe i contribuir en altres continguts.

Un any més tard, *The Guardian* va informar del rècord de visites que va tenir: 114 milions de visitants únics durant el mes de setembre del 2014.

Le Monde⁸

El diari *Le Monde* decideix estrenar la seva pàgina web l'any 1995. Tres anys més tard sorgeix una versió interactiva del portal informatiu. A més, el rotatiu també posa en marxa un nou servei anomenat *Electronic Journal*. D'aquesta forma, és possible llegir el diari francès en format digital, gaudint de millores en el seu ús com per exemple el zoom o cerques a altres temes. Al març del 2012, el portal principal del lloc web va ser totalment redissenyat.

A tall d'anècdota, la nit del 20 al 21 de gener de 2015, el compte de Twitter de *Le Monde* va ser hackejat. Aquest acte va ser reivindicat per l'Exèrcit Electrònic siria.

⁷Informació extreta de la pàgina web de *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/gnm-archive/guardian-website-timelin>

⁸Informació extreta del blog: <https://uvaciberperiodismo.wordpress.com/2015/12/17/historia-y-tipologia-de-le-monde/>

El País

L'any 1996, *El País* es va convertir en el segon diari d'Espanya en oferir una edició electrònica a Internet (després del rotatiu català *Avui*), sota el nom de *El País digital*. També va ser el primer diari espanyol que, al 2002, va incloure un sistema de pagament per accedir a alguns dels continguts informatius de l'edició digital.

Al 2016, el director del mitjà, Antonio Caño, va anunciar la imminent transformació en un diari essencialment digital, un cop va augurar la ràpida desaparició de les edicions en paper. Caño va defensar que el traspàs de lectors de paper a la versió digital era constant i l'hàbit de comprar el diari al quiosc havia quedat reduït a una minoria.

La Vanguardia⁹

El 14 de juny del 1995, el Grup Godó (propietari del diari *La Vanguardia*) va iniciar la seva experiència a Internet amb la publicació en línia del mitjà, anomenada aleshores *La Vanguardia Digital*. En aquell moment, la pàgina de continguts era estàtica i donava accés a les seccions del diari, que s'actualitzaven cada dia.

Al 2015, la pàgina web de *La Vanguardia* va estrenar nou disseny, uns continguts nous i un format adaptat a tots els dispositius des dels ordinadors fins als mòbils, passant per les tauletes. Les aplicacions per a consultar el diari també van néixer l'any 2015. Aconseguit el canvi, la pàgina va aconseguir una xifra de fins a 23,4 milions d'usuaris mensuals.

Segons les dades cedides per la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones i l'INE, els mitjans de comunicació espanyols es van bolcar, de forma general i des del primer moment, a la xarxa. L'any 1994, el seminari català *El Temps* va posar en marxa l'edició digital. En els següent dos anys s'hi afegiren els tres principals diaris catalans: *El Periódico de Catalunya*, *La Vanguardia* i *l'Avui*. "Actualment, la major part dels diaris que s'editen a Espanya tenen versió electrònica i 48 d'aquests estan controlats per la Oficina de Justificación de la Difusión" (Masip, 2012). A l'estudi que va realitzar l'investigador Pere Masip, anteriorment citat, veiem que del total de

⁹ Informació extreta de la pàgina web del Grup Godó: <http://www.grupogodo.com/ca/historia/>

periodistes enquestats, el 99% tenia accés a Internet al 2012. A més, en poc menys de deu anys, la xarxa s'havia convertit en un mitjà d'ús habitual ja que el 85% la utilitzaven diàriament.

Els beneficis més rellevants que els professionals reconeixen a Internet són, d'una banda, la velocitat amb la qual s'obté la informació (50% dels enquestats) i l'estalvi econòmic (39% dels enquestats). També es destaca la possibilitat de localitzar fonts i el rastreig de possibles temes interessants.

Tanmateix, els aspectes negatius que els periodistes troben a Internet són, en primer lloc, la quantitat desbordant d'informació que hi ha, molta de la qual és de mala qualitat i els aspectes relacionats amb la credibilitat i la independència de les fonts d'informació.

El naixement de les xarxes socials

Les teories remarquen que el periodisme tradicional tendeix a relacionar de forma directa una determinada informació amb la citació de fonts oficials que han estat identificades per gran part de les publicacions existents, segons l'expert en *digital media*, Alfred Hermida. Tot i que l'autor defensa que el model tradicional de periodisme continua actiu avui en dia, les noves tecnologies faciliten a la ciutadania aspectes com la instantaneïtat, l'actualitat i, també, la difusió al moment de "fragments breus d'informació" (Hermida, 2010) de fonts tant de tipus oficials com no-oficials. Hermida anomena "literatura informàtica" a aquestes pràctiques, que conformen un sistema lleuger, ampli i asincrònic; i que permeten al ciutadà mantenir un model mental de notícies. Aquestes notícies poden ser esdeveniments propers que fan créixer la seva alerta i, al capdavall, la preocupació per l'actualitat. Hermida descriu aquests fets com a *ambient journalism* (ambient periodístic –o ambient d'actualitat–). Això, a la llarga, pot desencadenar l'esdevenir de nous enfocaments i sistemes que ajudin a regular les informacions.

Les xarxes socials en general, però especialment Twitter, s'han endinsat ràpidament en les redaccions periodístiques com un mecanisme essencial per a distribuir notícies concises d'última hora. A més, també s'han concebut com a una "eina per a conèixer històries, fonts o fets" (Farhi, 2009). Tal i com defensa Eva Herrero, investigadora de mitjans de comunicació de la Universidad Carlos III, les xarxes socials han transformat l'ecosistema mediàtic per complet: "l'actualitat informativa passa per un procés en el qual l'usuari –que abans es considerava un element passiu en unes dinàmiques unidireccionals del periodisme– és creador, consumidor i, alhora, distribuïdor de continguts".

Per entendre en quin moment sorgeixen les xarxes socials ens hem de remuntar als últims anys del segle XX. Segons la investigadora de l'institut Data&Society, Danah Boyd, la primera xarxa va aparèixer l'any 1997 amb la següent direcció: *SixDegrees.com*. Permetia als usuaris crear els seus perfils i incloure una llista d'amics. Es tractava d'una eina per a connectar els usuaris i que s'enviessin missatges (Micó i Pérez, 2015). Des dels seus inicis fins avui en dia, les xarxes han estat evolucionant constantment, i la seva aparició ha estat de forma esglaonada en

el temps: LiveJournal (1999), MiGente (2000), Rize (2001), Fotolog (2002), LinkedIn i MySpace (2003), Facebook i Flickr (2004), You Tube (2005), Twitter (2006) (Boyd, 2007).

Alfred Hermida utilitza el concepte *micro-blogging* per a referir-se a un nou mètode tecnològic que permet expandir les capacitats de comunicació amb l'objectiu de difondre informació de forma immediata. El *micro-blogging* facilita als usuaris compartir breus ràfegues d'informació (la limitació de l'espai depèn de cada eina) que prové de fonts molts diverses a un tercer (és a dir, els seguidors) incloent llocs web, aplicacions o dispositius mòbils (DeVoe, 2009). De fet, eines com Twitter i Tumblr permeten aquesta forma de comunicar informació amb una actualització constant, de la mateixa forma que també ho fan plataformes com Facebook, MySpace i LinkedIn, que tenen un funcionament si més no similar.

Un cop els mitjans se n'adonen que és important normalitzar el treball amb les xarxes socials, els processos de les redaccions s'han vist alterats. La periodista de la BBC i experta en *digital media*, Rowina Cormack, va assegurar en un article de la revista digital *Social Songbird* que amb el creixent ús de les xarxes socials a l'hora de fer circular notícies, la percepció que té l'usuari sobre el temps real ha quedat alterada. Ara, la gent espera rebre notícies de forma instantània i també busca l'actualització constant. Això té una relació directe amb la pràctica del periodisme, és a dir, la velocitat i les dinàmiques amb les que ara es mou la societat afecten directament la forma amb la que el professional de la informació treballa. Al final d'aquest apartat repassarem els avantatges i les pegues de les xarxes socials però podem avançar que estem parlant d'unes eines a partir de les quals el periodista pot dirigir-se a molta gent.

Paral·lelament, cal reconèixer que els usos que els mitjans fan de les xarxes socials són força diferents i responen, com és lògic, a interessos plurals. Un estudi de la George Washington University's School sobre mitjans i polítiques públiques va analitzar quin ús donaven a les xarxes, especialment Twitter, tretze *major news organizations* americanes com, per exemple, *The Washington Post*. L'estudi demostra que Twitter s'utilitza bàsicament com una eina de màrqueting, és a dir, fins

el 93% dels tuits es referien a aspectes del mateix mitjà.¹⁰ En canvi, un estudi comparatiu entre mitjans catalans i belgues sobre la participació dels mitjans a Twitter de la Universitat Ramon Llull demostra que això no és ben bé així. Mentre que la interacció entre mitjans i usuaris a partir de les xarxes socials és insignificant, els mitjans utilitzen Twitter principalment per a difondre continguts propis (Micó i Pérez, 2013).¹¹

Avantatges i pegues de les xarxes socials a les redaccions

Hi ha diversos articles acadèmics que concreten les conseqüències que es poden derivar de la relació entre les xarxes socials i el periodisme, és a dir, els aspectes positius i negatius d'aquestes eines. En primer lloc, de les xarxes socials cal destacar la capacitat de convertir en *viral* qualsevol assumpte i, com a efecte directe, la possibilitat de consultar quin tractament es dona a totes les dades que es publiquen des de la xarxa determinada. És a dir, “aquestes eines faciliten que el periodista tingui accés a una gran quantitat de continguts –requereix molt menys esforç llegir un tuit que una entrada d'un bloc– i la seva immediatesa a l'hora de transmetre la informació” (Martorell, 2013).

Paral·lelament, la investigadora sobre mitjans de la Columbian College of Arts and Sciences, Kimberly Gross, assegura que el periodisme en format televisió pot expandir-se força gràcies a plataformes com You Tube, però també a partir de les xarxes. “La gent que té accés a Internet i és usuària d'alguna xarxa social podrà rebre notícies de forma molt més ràpida que no pas amb un diari tradicional en format paper” (Gross, 2011).

Tanmateix, les xarxes també poden contaminar les pràctiques periodístiques a la redacció d'un mitjà. Fins i tot, les mateixes pràctiques periodístiques, a partir d'allò que els professionals publiquen a l'escenari digital, poden pertorbar la visió d'una notícia i, per defecte, alterar la comprensió que en fa l'usuari. Els experts també assenyalen la limitació d'espai d'algunes xarxes, com per exemple, Twitter, com un

¹⁰Annexos: How Mainstream Media Outlets Use Twitter. George Washington University's School. <http://www.journalism.org/2011/11/14/how-mainstream-media-outlets-use-twitter/>

¹¹Micó, J, Pérez, S. (2015) *La participación en los medios de comunicación a través de Twitter*. Universitat Ramon Llull. http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/362644/Tesi_Susana%20Perez.pdf

defecte. Una altra pega és el tracte de les fonts. Moltes vegades, aquestes no es contrasten o, bé perquè és impossible fer-ho; o, bé perquè les dinàmiques de la velocitat amb la que es treballa a la redacció ho impedeixen. És llavors quan apareix la publicació de rumors (Pérez-Soler, 2015). El principal punt d'inflexió dels mitjans en aquest aspecte és que, amb l'arribada de les xarxes, ja no són els "guardians de la informació" (Pérez-Soler, 2015). És en aquestes línies on basem el cas pràctic d'aquest treball que podrem apreciar més endavant.

Twitter: xarxa entre xarxes

En els nostres objectius, i també a la introducció, hem apuntat que ens centràriem en una xarxa social en concret, Twitter, perquè tots els mitjans que conformen el cas pràctic van fixar-se en dades que es difonien per aquesta xarxa social. És per això que, ara, analitzem quines característiques la fan diferent de la resta.

Twitter és un servei de *microblogging* que permet als usuaris enviar i llegir missatges de text d'una llargada màxima de 140 caràcters (anomenats com a tuits o piulades). Nascut el 21 de març del 2006 i, actualment, amb 317 milions d'usuaris; hi ha qui considera Twitter com una xarxa social o, fins i tot, com un canal d'informació, com la professora de comunicació de la Universidad de Alicante, Araceli Castelló: “els mitjans *offline* integren canals 2.0 com Twitter entre els seus canals de difusió i informació, com una estratègia per a interactuar amb l'audiència”.

El *micro-blogging* té els seus orígens en grans esdeveniments contemporanis, com per exemple, els incendis forestals de 2008 a Califòrnia, les eleccions presidencials dels Estats Units d'Amèrica del mateix any o les protestes per les eleccions iranianes al 2009 (Hermida, 2010) És, precisament, en aquest últim escenari polític on Twitter va ser un dels grans protagonistes. El departament d'Estat dels Estats Units d'Amèrica va sol·licitar a Twitter una aturada en els processos comunicatius durant les protestes que van tenir lloc a Iran per les eleccions del 2009 (Lenhard i Fox, 2009). La resposta de la xarxa social va ser la següent: “El departament d'Estat no té accés a la nostra presa de decisions”, explicava Biz Stone, co-fundador de Twitter. Per la seva banda, representats del departament van declinar entrar en detalls sobre la qüestió i van assegurar que si es dirigien a Twitter era per la gran capacitat de mobilització social de la xarxa.

Un altre dels esdeveniments on es va utilitzar aquesta eina va ser durant l'accident de l'avió dels EUA 1549 al riu Hudson fa vuit anys. Janis Krum va ser testimoni del fet: va fotografiar l'avió sinistrat des del seu telèfon mòbil i va publicar la instantània a través de Twitter. Sense saber-ho, Krum estava retransmetent gairebé al moment el rescat dels passatgers; tant la fotografia com els seus missatges es van fer virals i molts mitjans de comunicació se'n van fer ressò a partir del que publicava el

testimoni. De fet, el canal de televisió americà MSNBC va trucar en directe a Krum perquè expliqués quina era la situació que tenia davant.

Tanmateix, eines com Twitter també es poden arribar a utilitzar per a molts altres propòsits com, per exemple, l'emissió de queixes contra determinades empreses, l'intercanvi d'idees o el reenviament de continguts, entre d'altres.

Però, és Twitter una eina útil per al periodisme? A causa de la velocitat amb la que es consumeix aquesta xarxa social i el volum titànic de missatges, Twitter acaba essent un "ecosistema contaminat" (Hermida, 2010). El que han de fer els periodistes, ara, és formular un sistema gràcies al qual, la societat sigui capaç de vehicular la informació que hi ha a les xarxes. Els periodistes, tal i com afirma Hermida, "han d'emprendre aquest rol que consisteix en ser el punt d'inflexió en un escenari que es troba entre la tecnologia i la societat, entre les notícies i l'anàlisi, entre l'anotació i la selecció, entre la orientació i la investigació".

Periodisme i xarxes: convivència amb la velocitat

Fins ara hem vist, d'una banda, els orígens d'Internet i les xarxes socials i, d'una altra, quina és la relació que tenen aquestes eines amb els mitjans de comunicació. Però, per quina raó, hi ha veus que alerten de la possible perillositat que suposen les xarxes socials per al periodisme? A continuació, ens endinsem en les teories de la velocitat, quin efecte tenen en la societat i, per defecte, en el periodisme.

Teories de la velocitat

Paul Virilio és considerat el pare de les teories que reflexionen sobre la velocitat en relació amb la societat, la tecnologia i l'urbanisme, entre d'altres aspectes. Virilio assegura que, en l'actualitat, ha sorgit "l'instanteneisme", un corrent que es caracteritza pel culte a la velocitat. El teòric defensa que aquest pensament exigeix una intel·ligència de la temporalitat i demanda una economia política de la velocitat.

Paral·lelament, l'investigador de la New School for Social Research de Nova York, Josetxo Beriain, entén que el mateix decurs de la història ha estat el resultat d'una acceleració constant: acceleració del desplaçament físic, del transport de persones, acceleració de la informació amb la revolució de les transmissions, i al mateix temps, l'acceleració i la multiplicació de possibles accidents (entesos en sentit literal i metafòric de la paraula).

Si fem un salt en l'òptica de la història, veurem que tant la industrialització com la forma d'entendre la vida en el seu conjunt han portat la Modernitat a una reconsideració del temps i de l'espai (Beriain, 2011). Si bé és cert que al segle XX, hi ha una primera acceleració de la història amb el progrés de les màquines de transport; al segle XXI, es posa de nou en pràctica l'acceleració de la realitat amb l'escenari de les tecnologies de la informació i la comunicació: "Els avenços tecnològics, especialment, els del camp de la comunicació, han introduït una nova (in)sensibilització en l'horitzó de les persones". I, això, a la llarga, ha fet que es generi una progressiva desrealització del món (Rial, 2003). És a dir, "la Modernitat és un procés històric en el qual es re-defineixen les nocions del temps i de l'espai i, a la vegada, les nocions modernes de coneixement, veritat i realitat" (Llorca-Abad, 2011).

Tanmateix, Virilio també debat i teoritza sobre aquestes nocions i les seves definicions i, sobretot, analitza com les conseqüències de l'acceleració estan generant una crisi de la realitat:

“La cuestión planteada ya no es tanto la Modernidad y la post-Modernidad, sino la actualidad y la post-actualidad en un sistema de temporalidad tecnológico en el que ya no prima el soporte material de larga vida y sí el de las persistencias retinianas y auditivas” (Virilio, 1998)

Aquestes teories expliquen el motiu pel qual la velocitat s'ha endinsat en la nostra societat, sembla que de forma cada vegada més perenne. Paral·lelament, la professió del periodisme ha estat, gairebé sempre, vinculada a aspectes com la velocitat o la immediatesa. Almenys, així ho medita la professora de periodisme de la Universidad Rey Juan Carlos, María Victoria Campos-Zabala (2011)¹²:

“Desde los orígenes mismos del periodismo la premura en transmitir la noticia ha sido fundamental. La historia del periodismo también está repleta de ejemplos de las consecuencias que la tardanza en transmitir un mensaje acarrea [...]. Algún tratado de paz se había firmado mientras en el frente tardaban meses en cesar los disparos, el tiempo que tardaban en comunicar que habían cesado las hostilidades. Lejos de aquellos dramáticos ejemplos que nos ha dejado la historia de la comunicación sobre la lentitud y los efectos que esta provocaba, hemos pasado, al extremo opuesto donde la velocidad se establece, como importante valor del cambio.” (pàg. 92)

Campos-Zabala insisteix en la polaritat que ha patit la comunicació en un marc temporal força limitat. A més, afegeix que, ara, s'ha d'estar informat a “temps rècord”, a temps real, perquè la notícia avui és evanescent: s'esfuma, es volatilitza. La periodista, lluny de justificar aquesta tendència, el que fa és buscar una explicació a per quin motiu els periodistes actuen d'aquesta forma i assenyala que la velocitat per obtenir, processar i transmetre la informació s'ha convertit en un valor gairebé inherent a l'exercici de la mateixa professió.

¹²Campos-Zabala, M. (2011) *“Contaminación comunicativa en la ionosfera de Tofler” La aceleración*. Valladolid: Universidad Europea Miguel de Cervantes

Campos-Zabala reconeix que aquesta dinàmica ha augmentat de forma progressiva amb l'aparició i el desenvolupament d'Internet a les redaccions dels mitjans de comunicació de masses. Hi ha altres autors que qualifiquen aquesta "pressa" per a difondre informació com un autèntic obstacle. Un obstacle de tipus professional que, com la doctora en periodisme per la UAB, Núria Almiron¹³, associa a la influència del factor tecnològic:

"No es exagerado afirmar que en muchos casos la velocidad se acaba convirtiendo en un fin en sí mismo. Así, lo urgente puede acabar restando fuerza a lo importante y la prisa por informar o comentar, sustituyendo a la verificación. No son pocos los que piensan que, con frecuencia, la revolución de las comunicaciones afecta más a la mera transmisión que a su recopilación. Las TIC pueden servir, en definitiva, para espolear la tendencia de desear ser los primeros en informar de algo, aunque sea al precio de restarle rigor y verificación" (Almiron, 2006)

Aquí neix un altre debat que gira a una qüestió nuclear: la tendència de "ser el primer en donar una informació" garanteix que aquesta sigui fidedigna, contrastada i creïble? Tal i com afirma Campos-Zabala, estem assentats en una espècie de ionosfera¹⁴ on l'oxigen és transformat per la informació. En aquest cas, la quantitat té molt més pes en les dinàmiques de la velocitat, "però la velocitat i la quantitat no equivalen a la qualitat" (Campos-Zabala, 2011).

Mentre que els periodistes creuen tenir la possessió de múltiples fonts amb les xarxes socials, la societat pretén posseir una informació de qualitat. Però, no és ben bé així. Tanmateix, el que per a uns això és una suposada i inacabable agenda periodística; per uns altres, és un sedant que aplaca l'ansietat informativa. Però no ens enganyem, la immediatesa en el periodisme sovint és sinònim de creació de "tòxics informatius que distorsionen, impedeixen i alteren la comunicació". Campos-Zabala descriu els rumors, la desinformació, la tergiversació, la manipulació, les cortines de fum i la informació no contrastada com un impediment a l'accés a

¹³Almiron, N. (2006) *Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder*. Revista latina de Comunicación Social. <http://www.revistalatinacs.org/200609Almiron.pdf>

¹⁴Ionosfera de la *Tercera Ola* (1980) d'Alvin Tofler

l'autèntic missatge. A més, afegeix que aquests *imputs tòxics* troben el seu “caldo de cultiu” ideal a la xarxa. A partir d'aquestes reflexions, l'autor de *Paul Virilio y los Límites de la Velocidad*, Santiago Rial, tot citant el pensador francès, explica que si bé és cert que la normativa no contempla que les televisions, la premsa o la ràdio tinguin la llibertat d'anunciar notícies falses; els mitjans acaben fent-ho a partir d'altres mecanismes amb un objectiu conscient o inconscient.

Ara bé, també hi ha veus que veuen l'escenari de la velocitat com una oportunitat per a la comunicació i la informació. El periodista José María Izquierdo, qui fou director d'Informatius de les cadenes *Cuatro* i *CNN+*, afegia en una investigació sobre mitjans la següent postura:

“Matem per una notícia de vint línies ben feta. Fem un bon paràgraf per enganxar el lector i expliquem allò imprescindible per entendre què ha passat, on, com, quan, per què i quines conseqüències pot tenir. Avancem-nos uns minuts a la competència –ser el primer també és un atribut del bon periodista– per explicar que hi ha hagut un accident al metro” (Izquierdo, 2013)

El rol dels periodistes: la verificació

Teories de la velocitat a banda, quin és el rol que han d'emprendre els professionals de la informació davant d'aquesta situació? Si bé és cert que l'ex-director del diari francès *Le Monde*, Edwy Plenel, valora positivament que els periodistes interactuïn amb les fonts que provenen de les xarxes socials; Plenel insisteix en apuntar que “en aquesta era digital, s'ha d'establir una relació inclusiva i basada en la veritat entre els professionals i els amateurs (aquells usuaris que faciliten dades o informació a través de les xarxes)”. Amb l'objectiu de solidificar aquesta relació, sense damnificar el periodisme, els professionals han de fer, ara més que mai, un exercici exhaustiu de verificació de les dades proporcionades per usuaris de les xarxes socials: “avui en dia, en el rol dels periodistes, més enllà de qualsevol format, la essència de la professió és la disciplina de la verificació” (Kovach i Rosenstiel, 2001).

El professor de comunicació de la Universidad CEU Cardenal Herrera, Cebrián-Enrique, recorda en un article de la *ZER-Revista de Comunicación* que la defensa més explícita en favor de la verificació de les dades s'ha fet per part dels periodistes nord-americans, Bill Kovach i Tom Rosenstiel, que al 2001 van publicar *The Elements of Journalism: what newspeople should know and the public should expect*. En aquest llibre es recuperen les idees essencials per a la regeneració del periodisme. De fet, un dels motius principals pels quals aquests periodistes van crear el decàleg és per l'alerta que els despertava a ells i als seus companys la desconfiança amb la que la societat mirava el treball periodístic. Si bé el primer dels elements és el propòsit de proporcionar al ciutadà la informació que necessita per a ser lliure i capaç de governar-se a ell mateix; el quart element remet a la verificació d'aquesta informació:

“La prensa necesita concentrarse en la síntesis y la verificación. A medida que los ciudadanos se encuentran con una afluencia de datos cada vez más grande, tienen mayor -no menor- necesidad de fuentes identificables dedicadas a verificar esa información, destacando lo relevante y desechando lo que no lo es [...]. La verificación y la síntesis se han convertido en la espina dorsal del nuevo papel guardián del periodista [...]. La necesidad de verdad es mayor, no menor, en el nuevo siglo, porque la probabilidad de que haya más mentiras es mucho mayor.” (Kovach y Rosenstiel, 2001)

4 ÀMBIT D'ESTUDI

Durant els últims apartats, ens hem endinsat en el plantejament dels objectius de la recerca i, també, en la base teòrica sobre la qual descansa el treball. Ara, obrim un nou apartat: el cas pràctic de la investigació.

Primer de tot, delimitem aquells aspectes que ens interessin i extraiem del perímetre d'anàlisi allò que no serveix per als nostres objectius. Els àmbits d'estudi bàsics són els següents:

- Els atemptats de París
- Twitter
- Mitjans de comunicació:
 - Diaris
 - Televisions
 - Portals digitals

 - Àmbit Internacional
 - Àmbit Nacional
- Aspectes tractats pels mitjans

L'eix principal d'aquest treball són els atemptats que van tenir lloc a París durant la nit del 13 de novembre del 2015. Estem parlant d'uns atacs suïcides en els quals van morir 137 persones i 415 en van resultar ferides. L'autoria dels fets va ser reivindicada per l'agrupació terrorista autoproclamada com a Estat Islàmic. Aquest és el nostre primer àmbit d'estudi que respon al marc d'espai i de temps concret.

El segon dels àmbits d'estudi és la vinculació que hem establert amb una xarxa social en concret: Twitter. Els motius pels quals hem escollit aquesta xarxa són, bàsicament, la utilitat informativa que la majoria dels mitjans donen a aquesta eina. Tanmateix, la immediatesa i la bidireccionalitat que ofereix són dos altres motius que se sumen a la motivació per analitzar-lo.

El tercer aspecte d'interès per a la recerca són els mitjans de comunicació que, gairebé la majoria, es van fer ressò del que havia passat a París. Alguns ho van fer més aviat, d'altres més tard; molts dels quals van interrompre la seva graella habitual en el cas de les televisions per informar del que estava passant. En el cas dels diaris, els periodistes estaven preparant nous rotatius i la majoria dels titulars anaven dedicats a aquesta massacre. Per la seva banda, els mitjans digitals i els departaments d'Internet dels mitjans tradicionals no deixaven d'informar gairebé al segon de la situació.

Alguns dels mitjans de comunicació que hem seleccionat pertanyen a l'àmbit internacional i al nacional. A continuació mostrem una llista on es poden apreciar tots els mitjans que ens serveixen com a mostra representativa. La tria dels grups de comunicació no ha estat a l'atzar sinó que han estat estudiats amb l'objectiu de mostrar, en alguns casos, una mala pràctica a l'hora d'informar sobre els fets de París i, en d'altres casos, per a exemplificar la correcte conducta d'alguns mitjans amb un ventall ampli de diverses mostres.

L'últim dels àmbits d'estudi són els aspectes tractats per part dels mitjans de comunicació. N'hem seleccionat quatre: en primer lloc, la publicació d'una fotografia falsa per part d'Antena 3 i La Razón.

Àmbit d'estudi	Mitjans
Exemple 1: publicació d'una fotografia falsa	<i>Antena 3</i> <i>La Razón</i>

El segon dels casos s'origina en la publicació d'un article de la revista *Forbes* que defensava que els atemptats de París havien estat organitzats a través d'una PlayStation 4. En aquesta línia, ens fixem en la mateixa revista *Forbes* i, també, el diari *The Hill*, el diari *The New York Post* i les cadenes *NBC* i *FOX*.

Àmbit d'estudi	Mitjans
Exemple 2: l'ús de la Play Station 4 per a planificar els atacs de París	<i>FORBES</i> <i>The Hill</i> <i>The New York Post</i> <i>NBC News</i> <i>FOX News</i>

A continuació, també tenim el cas d'un rumor que va sorgir a Twitter sobre un incendi al camp de refugiats de Calais, un poble francès. La *BBC* va negar l'existència del foc però, més endavant, les autoritats van assegurar aquest fet. En aquest cas, a banda de la *BBC*, també hem seleccionat el diari *Express*, l'agència *New Afghan Press*, el *World Bulletin*, el digital *The Daily Mirror*, el *Buzzfeed News*, el *Mail Online* i, el nacional, *Diario.es* (aquests dos últims com a exemples de bona pràctica).

Àmbit d'estudi	Mitjans
Exemple 3: incendi en un camp de refugiats de Calais	<i>BBC</i> <i>Express</i> <i>New Afghan Press</i> <i>World Bulletin</i> <i>The Daily Mirror</i> <i>Buzzfeed News</i> <i>Mail Online</i> <i>Diario.es</i>

Finalment, l'últim cas que analitzem és un tuit que va difondre el digital *Les News* en el qual s'informava de l'atac a set llocs de París, tenint en compte que quatre

d'aquests no van ser atacats i van obviar establiments com Le Carillon o la Rue Charonne. El missatge es va difondre a molts usuaris de Twitter.

Àmbit d'estudi	Mitjans
Exemple 4: llocs atacats sense confirmació	<i>Les News</i>

5 METODOLOGIA

La metodologia que hem seguit per a aconseguir els objectius plantejats en aquesta recerca se sosté per diverses branques. A continuació, expliquem les pautes principals que hem seguit.

Recerca a Twitter: arqueologia digital

Un dels principals neguits que despertava aquest treball va ser pensar quina era la manera més encertada a l'hora d'engegar la recerca de tuits dels dies 13 i 14 de novembre del 2015. Per tant, la metodologia que hem seguit, a primera instància, ha estat el rastreig de la xarxa, concepte que podem definir com a "arqueologia digital". Aquest concepte rau en les dinàmiques de cerca a partir d'ítems molts diferents com, per exemple, els mateixos missatges, la incrustació de *hashtags*, usuaris o enllaços i la introducció de geolocalitzacions en els mateixos tuits.

Com dèiem abans, per saber què va passar a Twitter durant les hores dels atemptats és imprescindible "teletransportar-se" digitalment en aquell escenari. És el que hem fet. Aquestes recerques es poden fer de formes molt diferents. La més bàsica és la cerca manual, és a dir, fer un rastreig que permeti anar fins la data que ens interessa (els atemptats de novembre del 2015 a París). Aquesta dinàmica és poc recomanable ja que la distància temporal és inabastable i recuperar manualment tota la informació complica enormement l'emmagatzematge de dades, és a dir, els tuits no útils poden desbordar els límits plantejats.

A banda d'aquesta possibilitat, tenim una eina que s'anomena TCAT (Twitter Capture and Analysis Toolset). Consisteix en una gran base de dades amb la qual es pot tenir accés a tots els tuits sobre un fet o esdeveniment registrat, com per exemple, els atemptats de França, l'atemptat a Berlín o a Istanbul, o esdeveniments esportius, entre d'altres. En aquest cas, per deixar a una banda aquells missatges que no ens interessin hem d'interactuar amb un llistat de filtres que faciliten la recerca. Tot i això, la quantitat d'informació era força inabastable i els codis amb els quals es presentava dificultaven la consegüent anàlisi.

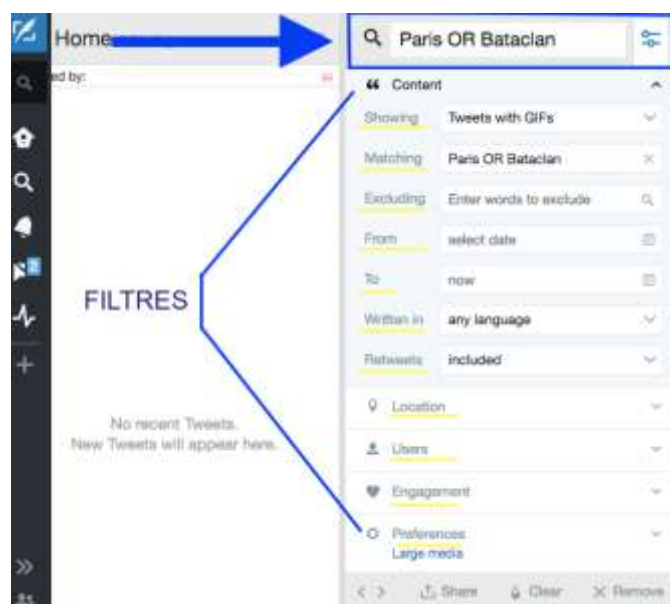
Per últim, hi ha un altre tipus d'eina similar a l'anteriorment descrita, es tracta del portal *TweetDeck* i la cerca ràpida de Twitter, tots dos pertanyen evidentment al grup Twitter. El primer dels dos, *TweetDeck*, funciona com un servei de *timeline* i té un *gadget* anomenat “*search*”. Aquesta eina permet la cerca d'absolutament tots els tuits que s'han fet, sense cap mena de limitació. En aquest cas, per afinar els resultats, també inclou una base de filtratge. Quins són els filtres que hem utilitzat?

En primer lloc, hem inclòs el contingut que ens interessa. En aquest cas, un exemple, seria la introducció de paraules clau com:

“Paris” OR “Bataclan” OR “Attack”

També podem excloure aquells elements que no ens interessin que apareguin. I, un dels filtres més rellevants del *TweetDeck* són les dates. En aquest cas, hem introduït des del FROM >< TO, les dates dels atemptats de París.

També es poden identificar missatges amb qualsevol tipus d'idioma i filtrar tuits amb geolocalitzacions. En aquest cas, ens interessen tant els missatges amb localització de París com d'altres llocs perquè les informacions al voltant d'aquest tema són d'àmbit internacional. A més, no és usual que els usuaris incloguin les geolocalitzacions als seus tuits. Finalment, hem de destacar que aquesta eina ens facilita buscar a partir d'usuaris concrets. És a dir, hem pogut introduir el *nick* d'aquells mitjans de comunicació que ens interessin i seguir-ne el rastre informatiu.



Captura de pantalla dels filtres de *TweetDeck*.

Seguiment de les informacions

Seguint amb els objectius plantejats, una vegada hem tingut el paquet de tuits que ens interessava conèixer, ens hem disposat a analitzar aquest material i descobrir quins han estat els circuits de comunicació que s'han produït en els diferents casos.

Ens hem trobat amb la casuística que alguns mitjans de comunicació (televvisions, diaris i digitals) van difondre informacions que no s'ajustaven del tot a la realitat i que tenien com a font d'informació primària, dades procedents de Twitter.

Per tant, la segona tasca que hem dut a terme ha estat descobrir quina ha estat l'actitud del mitjà davant d'aquest fet. És a dir, d'una banda, ens hem fixat en el procés de producció de la notícia i, d'una altra, la posterior publicació. Hem tingut en compte si s'ha actualitzat l'article o el reportatge, si s'ha demanat disculpes pel fet de publicar dades que no estaven contrastades o si s'han mesclat temes que no tenien res a veure. En definitiva, el gruix qualitatiu d'aquest apartat rau en la correcció que han fet els mitjans de les seves informacions.

6 ANÀLISI DELS RESULTATS

Després de fer el rastreig de la xarxa social, exposem quatre casos pràctica on hi tenen una implicació directa diferents mitjans. Sigui per la immediatesa del moment, per no contrastar del tot les fonts o per tenir informacions creuades; durant la nit dels atemptats de París es van publicar notícies que, avui en dia, podem qualificar com a falses. Si bé cal reconèixer que alguns mitjans de comunicació van rectificar les errades o van actualitzar els continguts amb altres punts de vista, també n'hi va haver que no ho van fer.

Exemple 1. Publicació d'una fotografia falsa

ANTENA 3

Els serveis informatius de la cadena de televisió *Antena 3 TV* van fer un programa especial sobre els atemptats de París durant la nit del 14 de novembre del 2015. L'informatiu especial va recollir diverses dades que tenien la confirmació de les autoritats policials i les agències informatives de França, tal i com asseguraven els conductors dels programes.

Tot i això, durant l'emissió de l'especial, es va difondre una imatge en concret on es podia apreciar un jove amb un cinturó d'explosius i un exemplar de l'Alcorà a la mà. La fotografia l'acompanyava aquesta informació: "Sale a la luz la fotografía de un presunto terrorista que atacó en la Sala Bataclan. La imagen, a la que ha podido tener acceso *Antena 3 Noticias*, muestra un hombre de 30 años que aparece posando con un chaleco de explosivos y un ejemplar del Corán. Podría tratarse de uno de los atacantes que mantuvo relaciones a cientos de personas en la emblemática sala parisina Bataclan."



Antena 3 va publicar la notícia a l'especial informatiu, al web i a Twitter.

mantuvo a cientos de personas en la emblemática sala parisina Bataclan”.

Tant la fotografia com la informació del presumpte terrorista van aparèixer a l'especial, al portal web de notícies de la cadena i també es va mostrar al seu compte de Twitter. A les imatges que hem afegit anteriorment es poden apreciar els detalls de les publicacions en els diferents formats.

Aquesta fotografia és falsa. La imatge del jove es va difondre per Twitter durant la nit dels atemptats i està feta a partir del programa d'edició Photoshop. A l'esquerra podem observar la imatge editada i, a la dreta, la imatge original.



Aquesta és la imatge que es va difondre per Twitter. A l'esquerra, la imatge editada; a la dreta, la imatge real.

Antena 3 va adonar-se que hi havia diversos usuaris de Twitter que asseguraven haver trobat la fotografia d'un dels atacants i la cadena de televisió espanyola la va fer pública als serveis informatius. Paral·lelament, el protagonista de la fotografia, un periodista canadenc anomenat Veerender Jubbal, va explicar al seu compte de Twitter que la imatge no era real i que alguns mitjans l'havien donat com a veraç.

REACCIÓ: La reacció que va emprendre *Antena 3* va ser, d'una banda, esborrar el tuit on es mostrava la imatge del "presumpte terrorista" i, d'una altra, suprimir la notícia del seu portal web.

LA RAZÓN

De la mateixa forma que *Antena 3*, el diari *La Razón* també es va fer ressò de saber qui era el “presumpte terrorista”. El rotatiu va fer pública la fotografia editada de Veerender Jubbal a la portada del dia següent sota aquest títol: “LA INVESTIGACIÓN. Uno de los terroristas pudo entrar por Grecia entre los refugiados sirios. Los atacantes identificados tenían entre 15 y 18 años y actuaron en tres equipos”.



Portada de *La Razón*. A la part superior es pot veure la cara del “terrorista”.

A la portada, la imatge apareix retallada i tan sols es pot observar la cara del “terrorista”. A més, cal assenyalar que *La Razón* no explicita en cap cas la condició de presumpció d'innocència del jove a qui s'acusa de ser un dels autors dels fets.

REACCIÓ: Un cop el periòdic es va adonar que la imatge no era veritat, la resposta que va tenir va ser la publicació d'un missatge a través de Twitter: “@larazon_es publicó ayer por error una foto de @Veeran_Jubbal confundiéndole con uno de los terroristas de París. Le pedimos disculpas”.



Exemple 2. L'ús de la PlayStation 4 per a planificar els atacs

FORBES

Cap a les sis de la matinada del dia 14 de novembre del 2015, és a dir, unes hores després que es produïssin els atemptats de París, el periodista expert en noves tecnologies, Paul Tossi, va escriure un article a la revista *Forbes* que portava per títol *How ISIS Terrorists May Have Used PlayStation 4 To Discuss And Plan Attacks*¹⁵. A la publicació es feia referència a la possibilitat que els terroristes podrien haver planejat els atemptats de París a través de l'aquesta videoconsola: “And it (terrorist attacks) may involve the most popular gaming console in the world, Sony’s PlayStation 4”.

En aquest article, Paul Tossi connecta diversos factors de forma no exacta. Primer de tot, s'aferra a les declaracions que va fer el ministre d'Interior de Bèlgica, Jan Jambon: “PS4 is used by ISIS agents to communicate. PS4 is even more difficult to keep track of than WhatsApp”. Tossi va obviar la data en que el ministre va fer aquestes declaracions. El diari digital *Politico* va organitzar una conferència sobre els punts dèbils de la seguretat de Bèlgica el dia 10 de novembre del 2015 (és a dir, quatre dies abans dels atemptats a París). El ministre belga estava convidat en aquesta conferència i va ser en aquest context on Jambon va reflexionar sobre la possibilitat que alguns terroristes d'ISIS podrien haver utilitzat la PS4 per comunicar-se.



¹⁵Article de la revista *Forbes*, disponible a : <https://www.forbes.com/sites/insertcoin/2015/11/14/why-the-paris-isis-terrorists-used-ps4-to-plan-attacks/#2b5c77547055>

Com dèiem, els atemptats de París es van produir quatre dies més tard de la conferència sobre la seguretat belga. Ara bé, el periodista de *Forbes*, Paul Tossi, escriu que els atemptats de París s'havien planificat a través d'una PS4, sense que cap autoritat competent hagués confirmat aquesta dada rellevant. Minuts més tard, la revista es veu obligada a corregir l'article amb la següent actualització: *How ISIS Terrorists May Have Used PlayStation 4 To Discuss And Plan Attacks [Updated]*. Ara bé, això no és tot. Paral·lelament, Tossi també defensava que s'havia trobat una consola PS4 en una batuda contra terroristes a Bèlgica.

El diari va haver de rectificar aquesta informació amb la següent nota: "Correction: It has not been confirmed, as originally written, that a console was found as a result of specific Belgian terror raids. Minister Jambon was speaking about tactics he knows ISIS to be using generally".

REACCIÓ: Segons el periodista de la revista *Kotaku*, Jason Schreier,¹⁶ *Forbes* va disculpar-se per haver comès aquest error i va confirmar que havia corregit la publicació. Asseguren haver malinterpretat les declaracions del ministre d'Interior perquè, "específicament, tot i que el ministre estava dient que la videoconsola PS4 podria haver estat utilitzada per ISIS amb l'objectiu de comunicar-se, no hi havia cap evidència sobre la connexió d'aquesta eina amb la planificació dels atacs de París". En la nova actualització, tan sols es reflexiona sobre la possibilitat que ISIS podria utilitzar les consoles sense relacionar això amb els fatídics fets de París.

Tanmateix, aquest article es va fer públic a les xarxes socials i molts usuaris se'n van fer ressò amb retuits i agradaments. D'altres van fer córrer la notícia per Twitter i altres xarxes socials.

També hi va haver mitjans de comunicació que es van fixar en aquest contingut i van prendre aquesta publicació com a font primària. Si bé és cert que alguns apuntaven a la possibilitat que els terroristes haguessin planejat l'atac de París a partir d'una PS4, d'altres van ratificar categòricament aquest fet. Cal apuntar que

¹⁶Publicació de *Kotaku* on s'analitzen els errors: <http://kotaku.com/reporting-error-leads-to-speculation-that-terrorists-us-1742791584>

també hi va haver mitjans que van actualitzar aquesta informació amb més fonts consultades.

THE HILL

El diari americà *The Hill* va publicar una notícia el dia 16 de novembre del 2015 amb el següent títol: *ISIS may have used PlayStation to plan Paris attacks*¹⁷. La periodista que la va escriure és Katie Bo Williams, especialitzada en seguretat nacional.

De la mateixa forma que va fer Tossi, la periodista també s'aferra a les declaracions que el ministre belga havia fet uns dies abans, i afegeix les següents dades sense confirmar: “Unconfirmed reports show that Sony PlayStation 4 console was confiscated from a suspect's home during raids in Brussels, where some of the attackers are thought to have originated”.

Més endavant, la periodista apunta que algunes investigacions policials defineixen la hipòtesi que els terroristes hagin utilitzat la PS4 per a planificar els atacs de París com a “hyperbolic and unsubstantiated”.

REACCIÓ: Manteniment de l'article al seu portal web.



Captura de pantalla de la notícia de The Hill.

¹⁷Article del diari *The Hill*, disponible a : <http://thehill.com/policy/cybersecurity/260265-isis-terrorists-may-have-used-playstations-to-plan-paris-attacks>

THE NEW YORK POST

El cas del diari americà *The New York Post* és diferent a la resta. Sota el títol *ISIS uses PlayStation 4 to communicate*¹⁸, el rotatiu va publicar un article el 16 de novembre sobre la sospita de l'ús de la PS4. De fet, es pot observar com en el peu de la fotografia principal de la publicació hi ha la següent frase: "ISIS terrorists like the ones responsible for the Paris attacks (inset) are using the PlayStation 4 gaming console to send messages to each other, an official says".



The image shows a screenshot of a news article from The New York Post. At the top, there is a red navigation bar with a search icon and the text 'SEARCH', and the 'NEW YORK POST' logo in white on a black background. Below this, the article title 'ISIS uses PlayStation 4 to communicate' is displayed in large, bold, black font. Underneath the title, it says 'By Bob Fredericks' and 'November 16, 2015 | 12:27pm'. The main image is a photograph of a person's hands holding a PlayStation 4 DualShock 4 controller. The controller's touchpad is lit up and shows the PlayStation 4 home screen interface. In the top-left corner of the main image, there is a smaller inset photograph showing a shattered glass surface, likely from the Paris attacks mentioned in the text. Below the main image, there is a caption in a smaller font: 'ISIS terrorists like the ones responsible for the Paris attacks (inset) are using the PlayStation 4 gaming console to send messages to each other, an official says.' At the bottom of the caption, it reads 'Aquesta és la notícia de The New York Post.'

L'autor, el periodista Bob Fredericks, assegura que aquesta informació prové d'una font oficial. Gairebé al final de la publicació, Fredericks escriu el següent: "New York Police Commissioner Bill Bratton on Sunday said the Paris terrorists used encryption devices to elude eavesdropping from authorities".

¹⁸Article del diari *The New York Post*, disponible a: http://nypost.com/2015/11/16/isis-using-playstation-4-to-communicate/?utm_campaign=SocialFlow&utm_source=NYPFacebook&utm_medium=SocialFlow

Però la qüestió no va anar ben bé així. Tal i com podem llegir a l'article, la font oficial del periodista recau en unes declaracions que va fer el comissari de policia de Nova York, Bill Bratton, sobre els atemptats de París. El comissari va dir, concretament, això: "The Paris militants, some of whom lived in Belgium, used encryption technology to secretly plan their assaults". Bratton¹⁹, en cap moment, va fer referència explícita a cap servei de tecnologia en específic i, molt menys, a la consola PS4. Tot i així, el periodista de *The New York Post* escriu que Bratton va assenyalar la PS4 com una de les eines que van utilitzar els terroristes pels atemptats de París.

REACCIÓ: Manteniment de l'article al seu portal web.

NBC NEWS

L'*NBC News* va fer un informatiu especial²⁰ sobre els atemptats de París. I, durant l'emissió, també es va parlar sobre la possibilitat que els terroristes haguessin utilitzat la consola per a comunicar-se. De fet, això és el que va dir el periodista Jeff Rossen, conductor de l'informatiu especial: "ISIS is using everything from the deep web: videogames, yes, videogames to plan their attacks. Now, videogames are different, you can chat with your friends on private groups even send in messages. Is ISIS maybe using PS from Sony and Iphone encryption to plan attacks?".

Tal i com van fer la majoria dels mitjans, la televisió americana *NBC* també inclou en el seu reportatge les declaracions del ministre Jambon. Cal dir que, més endavant, tenen en compte altres punts de vista per debatre sobre aquest tema. És el cas de l'expert en ciberseguretat, Lance James, i el director executiu del *Terror Asymetrics Project*, Malcolm Nance.

REACCIÓ: Manteniment de l'especial però amb la incorporació d'altres punts de vista.

¹⁹Declaracions del comissari de la policia de Nova York, Bill Bratton: <http://www.nydailynews.com/news/national/paris-terrorists-playstation-plan-attacks-article-1.2436409>

²⁰Informatiu especial de la cadena *NBC News*, disponible a: <http://vid.staged.com/IOur>

FOX NEWS

Dos dies després dels atemptats, la *FOX News*²¹ també va alertar sobre la connexió entre ISIS i la consola PS4: “After Friday’s horrific terror attacks on Paris, security experts are weighing the frightening possibility that Sony’s PlayStation 4 has become a communication tool for terrorists”.

La televisió té, com a base d’aquesta hipòtesi, les declaracions del ministre d’Interior belga. Tot i això, la cadena americana *FOX* inclou altres punts de vista per a comentar la informació com, per exemple, el de la presidenta de la *Encryption-service Company*, Ebba Blitz; o el de l’especialista en seguretat-CEO, Paul Martini.

Paral·lelament, el mitjà també es va fer ressò de la troballa d’una videoconsola PS4 en una batuda contra terrorisme jihadista a Bèlgica. Com que no van poder contrastar aquesta informació, la *FOX* va actualitzar la pàgina amb la següent nota: “Editor’s Note: An earlier version of this story said that at least one PlayStation was reportedly seized by police in a series of raids that followed Friday’s attacks. This report could not be confirmed and the sentence has been removed”.

REACCIÓ: Actualització de l’especial al seu portal web i supressió d’un dels elements per no haver-lo pogut confirmar.

²¹ Informatiu especial de la cadena *FOX News*, disponible a: <http://www.foxnews.com/tech/2015/11/16/sonys-playstation-4-could-be-terrorists-communication-tool-experts-warn.html>

Exemple 3. Incendi en un camp de refugiats de Calais

No abandonem el cas dels atemptats de París del 14 de novembre. Durant la matinada dels fets, una usuària de Twitter, sota el nom de @MartaClinco, publicava en aquesta xarxa una fotografia d'un gran incendi al camp de refugiats de Calais, un poble a 300 quilòmetres de la capital francesa. La fotografia l'acompanyava el següent missatge: “@MartaClinco: A huge blaze is currently tearing through the Sudanese camp, behind #NoBorders, in Calais camp #CalaisJungle #Paris”.

Aquest no va ser l'únic tuit que va córrer com la pólvora per Internet. La usuària de Twitter Caroline Gregory (@CazTravels) va publicar una altra foto de l'incendi. En aquest tuit, la usuària apel·lava a la BBC: “@BBCBreaking I guess we're all imagining this fire in front of our eyes in the Calais Jungle then?!”.



Captura d'un dels tuits de Marta Clinco.



Captura dels tuits de Carlolina Gregory.

BBC

Instants després que es difonguessin aquests tuits, a la xarxa s'obria el debat sobre la veracitat tant de les fotografies com de la informació que les usuàries donaven. De fet, la mateixa *BBC* va assegurar que aquelles imatges no eren actuals. La cadena britànica va negar la veracitat dels fets i va dir que es tractava d'un incendi que s'havia originat dies abans. Com a rèplica a la posició de la *BBC*, les usuàries *@MartaClinco* i *@CazTravels* van continuar publicant altres missatges.

El nucli de la qüestió es divideix en dos aspectes. Principalment, cal plantejar-se si va existir l'incendi al camp de refugiats de Calais i, en segon lloc, quin fou l'origen del foc. Per què cal investigar sobre l'origen? Doncs perquè a les xarxes socials va córrer la informació que aquest incendi havia estat un acte de venjança pels atemptats de París, que havien succeït unes hores abans.

Anem per parts. Pel que fa a l'existència de l'incendi a Calais, hem de dir que, tant el primer tinent d'alcalde de la ciutat, Philippe Mignonet; com l'ONG d'ajuda al refugiat, Calais Solidarity, van afirmar que, efectivament, s'havia calat foc en aquest territori durant la matinada del dia 14 de novembre del 2015.



Recull d'alguns tuits sobre la reacció de la BBC.



A més, vam poder tenir l'oportunitat de parlar amb una de les usuàries de Twitter que va començar a informar sobre els fets. Com que és rellevant conèixer la seva versió dels fets, a continuació exposem algunes de les idees que ens va transmetre.²²

“The night of the incident, some of the volunteers started sending me images of a fire that was spreading through the camps with details: exact location, people involved, etc. So, i tweeted. I never told it was connected with the attack in Paris. Anyway some people started retweet, some others started to say it was an hoax. With no proof I guess: the fire was spreading for real, I had video footage, people videocalling me from the camp. Then I got a call from a number from the *BBC*. I texted them the fire wasn't an hoax. What they did? They cancelled the previous tweet and article from the breaking news and replaced them with the news of the fire”.

REACCIÓ: Supressió de l'article i el tuit de la BBC.

Anem a per la segona idea que recorria les xarxes socials: l'origen del foc. Alguns usuaris de Twitter asseguraven que aquell incendi havia estat un acte de venjança pels atacs terroristes de París. Actualment, l'origen del foc encara no és una qüestió del tot clarificadora, però les autoritats tant policials com institucionals han declinat la possibilitat que es tractés d'un acte venjatiu. A més, les autoritats apuntaven que un incident elèctric seria la més probable de les causes. Davant de tots aquests rumors que circulaven per la xarxa, quina va ser la reacció dels mitjans de comunicació?

Per extreure conclusions sobre la qualitat informativa dels mitjans, ha estat crucial analitzar quin va ser el comportament que van tenir respecte aquest incident. Si bé és cert que alguns dels mitjans van incloure un titular o un cos de la notícia que induïa el lector a pensar que l'incendi era el resultat d'una venjança, també n'hi va haver que van posar aquest fet en quarantena. A continuació, es poden comprovar diversos casos:

²²A l'apartat d'annexos es pot trobar la conversa sencera amb Marta Clinco.

EXPRESS

La versió digital del diari britànic *Express* va informar sobre l'incendi amb la següent capçalera: *Calais Jungle migrant camp 'set on fire' after hundreds killed in terror attacks*.²³D'una banda, s'inclou en el mateix titular l'incendi a Calais i els atemptats de París. La unió d'aquests dos fets aïllats pot fer pensar al lector que hi ha una relació de causa-efecte.

A més, tal i com podem veure a la següent imatge, la notícia del camp de refugiats de Calais no es tracta de manera aïllada. L'incident es troba al mig d'un especial sobre la reconstrucció dels atemptats de París: quins van ser els llocs on es va atacar els ciutadans o quines consignes van cridar els terroristes, entre d'altres informacions.

REACCIÓ: Actualització de l'article al seu portal web.



Captura de dos dels fragments de la publicació.



NEW AFGHAN PRESS

L'agència de notícies *New Afghan Press* també va publicar una notícia el 14 de novembre al seu portal digital on deia: *France: refugee camp set on fire after*

²³Notícia del diari *Express*, disponible a: <http://www.express.co.uk/news/world/619361/Calais-Jungle-migrant-camp-fire-Paris-terror-attacks>

*attacks*²⁴. El cas d'aquesta agència és diferent a l'anterior. Podem veure com en el títol hi ha una connexió entre els fets de París i els de Calais, però a l'interior de la notícia no es fa cap tipus de referència que apunti cap a aquesta possibilitat. En aquesta notícia, tan sols es parla de l'escassetat d'informació que hi ha fins el moment respecte l'origen de l'incendi i la necessitat de trobar recursos mèdics per als ferits.

REACCIÓ: Manteniment de l'article al seu portal web.

WORLD BULLETIN

El portal informatiu *World Bulletin* també es va fer ressò del que havia passat al camp de refugiats de Calais i va publicar la següent notícia: *Calais refugee camp set 'on fire*²⁵. Aquí podem veure com, de moment, el títol no indueix el lector a pensar sobre la unió dels dos fets.

Ara bé, al nucli de la notícia podem veure com hi ha una gran fotografia de les barraques en flames. Sota el peu de la instantània es pot llegir la següent informació: "The Calais Jungle migrant camp has been set on fire after hundreds of people were killed in terror attacks on Paris, according to reports". Amb aquesta aportació, també s'insta a que el lector confongui la noció de la realitat.

REACCIÓ: Manteniment de l'article al seu portal web.

THE DAILY MIRROR

La versió digital de *The Daily Mirror* va informar sobre l'incendi amb el següent titular: *Calais migrant camp on fire as France reels from Paris terror attacks*²⁶. Aquest digital compara, literalment, el foc de Calais amb els atacs terroristes de París. Al nucli de la notícia, el digital explicita que encara no hi ha proves suficients com per demostrar l'origen del foc: "The blaze could be connected to events in Paris

²⁴Notícia de l'agència *New Afghan Press*, disponible a: <http://newafghanpress.com/?p=6094>

²⁵Notícia del diari *World Bulletin*, disponible a: <http://www.worldbulletin.net/europe/166332/calais-refugee-camp-set-on-fire>

²⁶Notícia del digital *The Daily Mirror*, disponible a: <http://www.mirror.co.uk/news/world-news/calais-migrant-camp-fire-france-6830330>

- but it is still unclear what caused the fire or whether it was a 'revenge' attack". A més, el que fa el *Mirror* en aquest article és incloure comentaris de Twitter que debaten sobre la possibilitat que darrere l'incendi hi hagi una voluntat de venjança, sense ni tan sols saber-ne l'origen de forma segura: "And on social media, people pointed out that any anger with refugees and migrants in the 'Jungle' would be misplaced as they are fleeing ISIS killers".

REACCIÓ: Manteniment de l'article al seu portal web.

BUZZFEED NEWS

El departament de notícies de *Buzzfeed News* va fer públic un article el 14 de novembre sota aquest títol: *Fire Breaks Out At Calais Refugee Camp, But Its Cause Is Unclear*²⁷. Com gairebé totes les notícies, aquesta també inclou una de les fotografies que les usuàries van publicar a Twitter. Al nucli de l'article, el reporter fa arribar aquesta hipòtesis sense confirmar: "The fires broke out in the midst of the terror attacks in Paris, prompting speculation that the fires were set as revenge, despite a lack of proof".

REACCIÓ: Manteniment de l'article a la seva pàgina web.

MAIL ONLINE

L'exemple de la publicació del *Mail Online* és diferent a la resta. El digital va publicar un article el dia 14 de novembre cap a les tres de la matinada però que va ser actualitzat més tard. La notícia portava el següent títol: *Fire rips through Calais's notorious 'Jungle' migrant camp after Paris massacre but workers deny claims it was revenge attack*²⁸. Podem observar com al titular ja s'inclou l'apreciació clau: "but workers deny claims it was revenge attack".

Al nucli de l'article es recorda que, tot i que no se saben amb precisió els motius de l'incendi, es descarta la possibilitat que hagin estat atacs de venjança: "The fire is

²⁷Notícia del digital *Buzzfeed*, disponible a: https://www.buzzfeed.com/husseinkesvani/fires-calais-jungle-paris-attack?utm_term=.rvYK1RnvJN#.oyXgBaD3o1

²⁸Notícia del digital *Mail Online*, disponible a: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3318120/Fire-rips-Calais-s-notorious-Jungle-migrant-camp-Paris-massacre-workers-deny-claims-revenge-attack.html>

not thought to be related to the horrific terror events in Paris despite unsubstantiated claims that the fire was started by activists angered by the migrants presence in France”.

DIARIO.ES

De la mateixa manera que el *Mail Online*, el digital espanyol *Diario.es* també va publicar una notícia on al titular es descartava la possibilitat d'un acte de venjança: *El campamento de refugiados de Calais sufre un incendio que “no está relacionado con los atentados de París”²⁹*.

Enlloc d'incloure la possibilitat no confirmada per les autoritats que el foc es va originar amb la venjança com a font de motivació, el diari explica que la Prefectura de Calais descartava que es tractés d'un atac contra els refugiats després dels atemptats de París, tal i com s'havia difós per les xarxes socials: “La Prefectura de Pas-de-Calais descarta que se deba a un ataque y que tenga relación con los atentados ocurridos en París, como se difundió por redes sociales”.

²⁹Notícia del digital *Diario.es*, disponible a: http://www.eldiario.es/desalambre/campamento-refugiados-Calais-relacionado-Paris_0_452154875.html

Exemple 4: Llocs atacats sense confirmació

LES NEWS

El digital francès *Les News* va estar explicant, sobretot a través de les xarxes socials, el que anava succeint a París durant els atemptats de la Sala Bataclan. *Les News* es presenta com un mitjà que informa a temps real del que passa (ells ho anomenen com a Breaking News) i assenyalen que ho fan abans que altres mitjans de comunicació francesos.

Quan faltaven vint minuts per les dues de la matinada del dia 14 de novembre del 2015, aquest mitjà va publicar el següent tuit: “@LesNews: Suivi - 7 lieux d’attaques confirmés: Bataclan, République, Les Halles, Trocadéro, St de France, Belleville, Paris X”.

Aquest missatge es va difondre per Twitter ràpidament i molts usuaris se’n van fer ressò perquè alguns dels llocs que s’apuntaven en aquest tuit no havien estat atacats i, tot i així, es van publicar. Segons va poder saber la policia francesa hores més tard, els llocs que van ser atacats van ser: l’Stade de França, la Sala Bataclan, el bar de Le Petit Cambodge i Le Carrillon, el restaurant Le Casa Nostra, La Belle Équipe i La Comptoir Voltaire. I, en cap cas, es va atacar la République, Les Halles, el Trocadéro o el Paris X.

REACCIÓ: El mitjà no ha esborrat el tuit del seu compte de Twitter tot i que hi ha múltiples missatges que assenyalen l’error que van cometre.



Tuit que va fer Les News sobre els llocs atacats.

7 LIMITACIONS DE LA RECERCA

Anteriorment, hem assenyalat quin és l'àmbit d'estudi i, per tant, hem marcat quins elements formaven part de la investigació i quins no. Per a seguir amb l'anàlisi dels objectius, a partir de les conclusions del treball, necessitem considerar quines limitacions té la recerca. Es tracta d'unes limitacions que van molt lligades a les dificultats que suposa tirar endavant un projecte com aquest.

La motivació principal d'aquest treball és conèixer com informen els mitjans de comunicació quan treballen amb fonts d'informació que procedeixen de les xarxes socials en l'escenari d'un atemptat. Per arribar a saber quin procediment s'estableix des del primer punt (quan el mitjà percep una informació que es difon per Twitter) fins a l'últim (la publicació de determinades dades), és necessària una investigació de magnituds titàniques ja que els passos entremitjos són igualment crucials i impossibles de desxifrar tenint en compte la pluralitat de mitjans de que disposem avui en dia. És per això, que aquesta premissa anteriorment explicada és la primera de les limitacions amb les quals ens hem topat. Tot i això, la dificultat en el marc de la recerca l'hem resolt amb l'estudi de casos força diferents on es veu amb força clarividència els errors comesos per part d'alguns mitjans i quina ha estat la seva reacció.

Tanmateix, també hem de tenir en compte altres limitacions que apareixen al llarg d'aquesta recerca com són, en primer cas, l'anàlisi de la xarxa social Twitter, el rastreig de la qual ja emet per sí mateixa una limitació important. En segon lloc, la tria dels mitjans de comunicació en qüestió. Tot i que abans hem assenyalat aquest punt, cal dir que durant el transcurs de l'estudi, hi ha hagut altres mitjans que pel tracte que han donat a la informació o, senzillament, per la incapacitat d'abraçar-ne la totalitat, han estat eludits d'aquesta mostra. I, per últim, seguint en l'àmbit dels mitjans, cal dir que el que hem investigat han estat les notícies o els programes especials concrets. Per a esgrimir les conclusions ens basem en alguns dels comportaments informatius que van tenir els mitjans durant l'atemptat de París.

Per tots aquests motius, hem d'entendre els objectius que, a continuació, exposem dins del marc de la mostra i, en cap cas, com a forma no taxativa ni totalitària. Si bé també és cert, que la base teòrica que anteriorment hem fonamentat acompanya molts dels punts que debatem.

8 CONCLUSIONS

Tenint en compte les limitacions de la recerca que hem explicat en l'anterior apartat, introduïm l'anàlisi dels diferents objectius a partir de les conclusions. Cal recordar, primer de tot, quina ha estat la nostra fita principal: analitzar com informen els mitjans de comunicació a partir de les informacions que es difonen per les xarxes socials en situacions extremes com és el cas d'un atemptat.

A partir d'aquest objectiu principal, hem arribat a la conclusió que la gran majoria dels mitjans que apareixen en aquest treball hi són perquè la informació que van donar en un moment determinat no s'ajusta a la realitat. Aquest moment determinat és l'atemptat que es va produir a París durant el 13 de novembre del 2015.

En el cas pràctic ens hem trobat amb diferents exemples on hem pogut observar que hi ha hagut diaris, mitjans digitals i televisions que han difós informacions que, en primer lloc, no estan verificades ni contrastades; i, en segon lloc, ja sigui per com està estructurada o explicada la notícia, o per la introducció de determinats elements infogràfics i audiovisuals, indueix al lector/espectador a una versió que res té a veure amb la realitat.

Tanmateix, també ha estat important veure com hi ha hagut una pluralitat en les reaccions dels mateixos mitjans. Si bé alguns han optat per a mantenir la informació als especials o als seus portals web, n'hi ha hagut d'altres que han tendit, d'una banda, a incorporar altres punts de vista i, d'una altra, a actualitzar les publicacions o suprimir-ne elements perquè no gaudien d'un procés de confirmació i verificació.

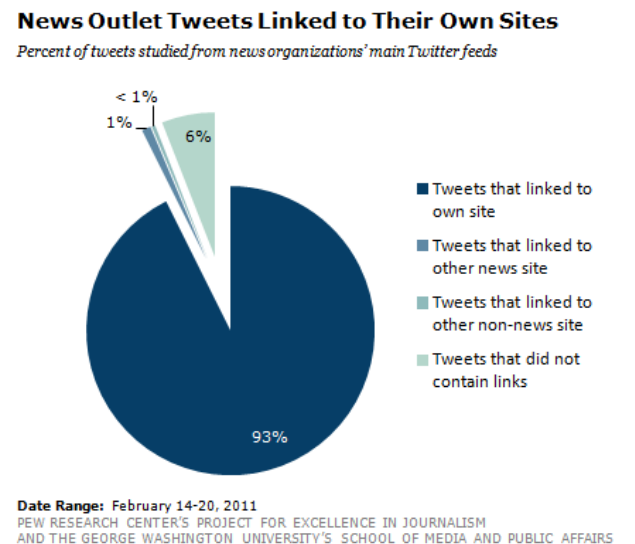
Emmirallant-nos en els objectius plantejats i tenint en compte aquestes dades en forma de síntesi podem concloure que, en primer lloc, hem pogut conèixer algunes de les notícies que els mitjans de comunicació van publicar durant els atemptats, i a la vegada, tot i que amb certes dificultats, hem descobert quines han estat les seves fonts d'informació.

Paral·lelament a aquesta motivació, hem analitzat quins han estat els circuits de comunicació que es van establir durant els mateixos atemptats entre els missatges que es difonien a Twitter i les informacions que publicaven els mitjans de comunicació.

I, per últim i més rellevant, tenint en compte la selecció d'àmbits d'estudi que conforma la mostra representativa, podem dir que en les dinàmiques dels mitjans de comunicació analitzats ha prevalgut més la immediatesa de publicació de la informació que el procés de verificació de les dades obtingudes per les fonts.

9 ANNEXOS

> Gràfic on es pot apreciar el contingut dels tuits. (pàg. 18)



> Fragment complet de la versió de Marta Clinco sobre l'incendi al camp de refugiats de Calais. (pàg. 43)

I was living in london, and i've been in deep contact with some volunteers on the fields in the calais refugee camp for months, in order to be prepared for a photojournalism project i was going to do in december. That night some of them started sending me images of a fire that was spreading through the camps with details: exact location, people involved, etc. So i tweeted.

I never told it was connected with the attack in paris. Anyway some people started to retweet, some others started to say it was an hoax. And the BBC also said it was an hoax. with no proof I guess: the fire was spreading for real, i had video footage, people videocalling me from the camp. People i could trust. Then i got a call from a number from the BBC (i checked) but i couldn't take it. I texted them the fire wasnt an hoax. What they did?

They cancelled the previous tweet and article from the breaking news and replaced them with the news of the fire spreading through the camp. No denial, no apologize, no withdrawal.

That's how that was.

You can use the screenshots if u need

And tell me, i'll be happy to help more than this.

10 REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES I WEBGRAFIA

Almiron, N. (2006) *Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder*. Revista latina de Comunicación Social. Recuperat l'1 d'abril, des de: <http://www.revistalatinacs.org/200609Almiron.pdf>

Boczkowski, P. (2004) *Digitizing the news: innovation in online newspaper*. Massachusetts: MIT Press

Campos, F. (2008) *Las redes sociales digitales en el ecosistema mediático*. Recuperat el 7 de febrer del 2017, des de https://www.academia.edu/17526266/Las_redes_sociales_digitales_en_el_ecosistema_medi%C3%A1tico

Castells, M. (1997) *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial

Cebrián-Enrique, B. (2012) "Al rescate de la verificación periodística" ZER, vol. 17, núm. 33. Universidad del País Vasco
<http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/10633/9871>

Cormack, R. (2014) *Social Media's Impact on Journalism*. Recuperat el 15 de març del 2017, des de <http://www.socialsongbird.com/2013/09/social-medias-impact-on-journalism.html>

Dader, J. (2012) *Periodismo político y política del periodismo: imaginando un futuro digno y sostenible*. Madrid: Sociedad Española de Periodística.

Esteban, J. (2011) *La aceleración. Velocidad, cultura y comunicación en los espacios urbanos contemporáneos*. Valladolid: Universidad Europea Miguel de Cervantes

Farhi, P. (2009) *The Twitter Explosion*. Recuperat el 3 de desembre de 2016, des de <http://ajrarchive.org/Article.asp?id=4756>

Gamson, W. Croteau, D. Hoynes, W. Sasson, T (1992) *Media Images and the Social Construction of Reality*. Recuperat el 21 de març del 2017, des de <https://pdfs.semanticscholar.org/c54f/217aa11d4f137c1177ab56f40b920f95a3a3.pdf>

Hermida, A. (2010) *Twittering the news. The emergence of ambient journalism*. Recuperat el 3 de desembre de 2016, des de <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512781003640703>

Herrero, E. (2012) El periodismo en el siglo de las redes sociales. Recuperat el 19 de gener de 2017, des de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/vivataca/numeros/n117E/PDFs/EHerre.pdf>

Holcomb, J. Gross, K. Mitchell, A. (2011) How Mainstream Media Outlets Use Twitter. Recuperat el 15 de març del 2017, des de http://www.journalism.org/2011/11/14/how-mainstream-media-outlets-use-twitter/#_ftn1

Kovach, B. Rosenstiel, T. (2003) *Los elementos del periodismo*. Madrid: Ediciones El País

Lenhard, A. i Fox, S. (2009) *Twitter and Status Updating*. Recuperat el 3 de desembre de 2016, des de <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/Twitter-and-statusupdating.aspx>

López-García, X. Campos, F. (2015) *Journalism in change*. Ramada: Media XXI

López-Hidalgo, A. (2013) *Del deterioro del periodismo tradicional al horizonte de las nuevas tecnologías*. Sevilla: Grupo de Investigación Influencias de los Géneros Periodísticos de la Universidad de Sevilla

Madeen, M. Lenhart, A. Fontaine, C. (2017) *How youth navigate the news landscape?*. Recuperat el 21 de març del 2017, des de https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/publications/pdfs/000/000/230/original/Youth_News.pdf

Martorell, C (2013) *Segueix-nos a Facebook! La participació dels consumidors a les comunitats de marca virtual*. Recuperat el 22 de març del 2017, des de http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/119360/TESI%20BO_CRISTINA%20MARTORELL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Masip, P. (2012). *Presencia y uso de Internet en las redacciones catalanas*. Recuperat l'11 de març del 2017, des de <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/viewFile/5990/5670>

Micó, J. Pérez, S. (2015) *La participación en los medios de comunicación a través de Twitter*. Recuperat el 21 de març del 2017, des de http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/362644/Tesi_Susana%20Perez.pdf

Nafría, I. (2017) *La reinención de The New York Times*. Nova York: Journalism in the Americas

Plenel, E. (2012) *Combate por una prensa libre*. Barcelona: Edhasa.

Rial, S. (2003) *Paul Virilio y los límites de la velocidad*. Madrid: Campo de Ideas (Sèrie Intelectuales)

Shiels, M. (2009) *Twitter responds on Iranian role*. Recuperat el 3 de desembre de 2016, des de <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8104318.stm>