

ISSN 1695-5498

# HIPERTEXT.NET

Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN · GRUPO DE INVESTIGACIÓN DIGIDOC

Número 15 · Noviembre de 2017

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

MARTÍN ELENA

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona

martin.elena@upf.edu

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

CHRISTOPHER D. TULLOCH

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona

christopher.tulloch@upf.edu

<http://orcid.org/0000-0002-5476-0887>

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

#### RESUMEN ABSTRACT

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

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

#### PALABRAS CLAVE KEYWORDS

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

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

Elena, M., & Tulloch, C.D. (2017). Los social media como fuente de información en conflictos internacionales. fuentes y praxis periodística en los informativos de la televisión de cataluña durante la primavera árabe egipcia. *Hipertext.net*, n. 15, p. 46-56. DOI: 10.2436/20.8050.0145

<https://dx.doi.org/10.2436/20.8050.0145>

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

## 1. Introducción

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 2. Estado de la cuestión

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2012:847)

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

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

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

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

### 3. Objeto de estudio

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

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

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

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

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

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

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

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

## 4. Metodología

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

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

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

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

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

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

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

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

## 5. Análisis y resultados

Tras finalizar la base de datos de nuestro cuerpo de estudio<sup>2</sup>, compuesta por 104 piezas de vídeo editadas pertenecientes a los informativos de TV3, hemos codificado las fuentes de información identificadas en una tabla. Esta tabla nos da una respuesta parcial a la P11: ¿Qué fuentes de información pre-

dominan en las noticias de TV3 sobre Egipto? y a la P12: ¿Qué peso tienen los social media como fuente de información en las noticias de TV3 al informar sobre movimientos sociales en Egipto?

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

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

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

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

Por último, en respuesta a la P12, destacar el peso irrelevante de los medios sociales como fuente, citados en 9 ocasiones (4,8%). Para informar sobre un conflicto bautizado como "*The Facebook Revolution*" (Cottle, 2011; El Gody, 2014; Lotan et al., 2011) la escasa presencia de estas fuentes es llamativa.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 6. Conclusiones y discusión

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Notas

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

## Referencias

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

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

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

## CV

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

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

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