

EL PELIGRO DE LA SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN: EL PERIODISMO 3.0 Y EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL ACCIDENTE FERROVIARIO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Marián Alonso González
(Universidad de Sevilla)
malonsog@us.es

Resumen: Las Redes Sociales se han convertido en una herramienta rápida y útil para divulgar noticias de gran relevancia mundial. Esa inmediatez y la ausencia de fronteras informativas evidencian un cambio en el proceso informativo, el cual se hace participativo, no obstante, el Periodismo 3.0 plantea desafíos a la hora de hacer un Periodismo de calidad, ya que los internautas juegan a ser periodistas. Con el objetivo de describir ese cambio, vamos a analizar el tratamiento informativo que se ha dado al accidente ferroviario de Santiago de Compostela a fin de comprobar cómo la interactividad influye en el producto informativo final.

Palabras clave: Periodismo 3.0, Redes Sociales, Internet, Santiago de Compostela, Ferrocarril.

Abstract: Social networks have become a fast and useful tool to disseminate news of great global significance. That immediacy and lack of information shows a changing borders in the reporting process, which is participatory, however, Journalism 3.0 stalls challenges in making a quality Journalism as the Internet pretending to be journalists. In order to describe the change, we will have to analyze the treatment of information that has been given to Santiago de Compostela rail crash so check how interactivity influences the final information product.

Keywords: Journalism 3.0, Social networks, Internet, Santiago de Compostela, Rail.

1. INTRODUCCIÓN

Internet se ha convertido en una potente herramienta de comunicación. Su inmediatez y capacidad de traspasar fronteras a la hora de mantener informados a los ciudadanos de todo el mundo ha conseguido, incluso, que la Red haya transgredido censuras

informativas, logrando que el Periodismo mismo se convierta en una nueva ventana de comunicación que democratiza la información y fomenta la colaboración.

Gracias a Internet, el usuario pasa de ser consumidor de contenidos a participar en la construcción y elaboración de los mismos aportando hechos, preguntas y sugerencias y esto, inevitablemente, modifica la forma tradicional de hacer Periodismo. Herramientas como *Twitter*, *Facebook*, *Tuenti* y *YouTube* permiten saber qué está ocurriendo en tiempo real, ampliando el proceso de la información y haciéndolo participativo, sin embargo, el Periodismo 3.0 o Periodismo Ciudadano plantea desafíos para hacer un Periodismo de calidad, ya que al tiempo que contribuye a democratizar la información, también conduce a un cierto relativismo del Periodismo, el cual se queda sin la principal cualidad del comunicador, la de mediador de la realidad circundante, un papel que en numerosas ocasiones es asumido por el propio internauta.

Con el objetivo de evidenciar este cambio hemos centrado el artículo en el accidente ferroviario ocurrido durante el mes de julio en Santiago de Compostela. A través de la confluencia entre redes sociales y medios de comunicación intentaremos analizar el nuevo panorama informativo que se nos presenta, en el que los límites entre lo público y lo privado se desdibujan al tiempo que la interactividad cambia el producto informativo final, pues los medios dejan de tener la exclusividad de la información para dar paso a un nuevo reportero: el ciudadano.

2. PERIODISMO 3.0

El Periodismo 3.0 hace referencia a la capacidad que tienen los ciudadanos de generar y publicar noticias a través de los medios de comunicación propios o ajenos y a la revolución que ello supone en el ámbito de la información. Este tipo de Periodismo surge sobre todo a raíz del uso generalizado de *blogs* y bitácoras en Internet gracias a los cuales cualquier persona puede exponer su visión de diversos asuntos sociales, culturales, políticos, etc., pero también gracias a la aparición de los medios impresos gratuitos, los cuales fomentan la participación ciudadana a través de sus páginas web.

En España, la primera experiencia en este sentido la encontramos en *El comentario.Tv*²²⁰, una iniciativa del periodista Juan Vega cuyo fin era convertir el Periodismo Ciudadano en un instrumento al servicio de la libertad de expresión y el

²²⁰ Fundado en Asturias en 2005, desapareció en marzo de 2013 habiendo logrado más de 500.000 páginas vistas al mes y 50.000 usuarios únicos

derecho a la información, ya que según sus premisas “en la sociedad actual ésta misma libertad está clamorosamente mercantilizada”. Sin embargo, no será hasta la aparición de los cables de *Wikileaks* y las revueltas de la llamada Primavera Árabe cuando Internet se convierta definitivamente en el marco ideal de todas aquellas iniciativas que desafían el control gubernamental amparándose en el anonimato que ofrecen las nuevas tecnologías y eludiendo, al mismo tiempo, las responsabilidades y posibles represalias.

En el actual sistema de transmisión de noticias por satélite las 24 horas, los periodistas ciudadanos se han convertido en fuente indispensable de las noticias de última hora desde las zonas de conflicto. De hecho, cuando en marzo de 2011 la Revolución democrática árabe se extendió a Siria, la falta de información y el férreo control sobre las comunicaciones hicieron que cuatro amigos crearan un grupo de *Facebook* desde el que comenzaron a informar con gran exactitud sobre los acontecimientos. Este sería el germen de lo que más tarde se convertiría en la red social *Akhbar al Shabab Surya* que, con más de 12.000 miembros, funciona como una agencia de noticias participativa, es decir, cada miembro puede publicar la información de la que dispone, mientras que otros pueden confirmar o refutar los datos y hechos presentados.

A la configuración de este nuevo panorama comunicativo también ha contribuido de manera decisiva el caso *Wikileaks*, que filtró 251.287 cables reservados que remitían las embajadas estadounidenses en todo el mundo hacia la Secretaría de Estado en el periodo comprendido entre diciembre de 1966 y febrero de 2010, originando un auténtico “cablegate”, nombre asignado por la prensa inglesa en sus respectivas cuentas de *Twitter* para referirse a un escándalo político comparable a lo que en su día supuso el Watergate, que trajo como consecuencia la dimisión del presidente estadounidense Richard Nixon.

Wikileaks quebró la dinámica de la información tradicional e impuso una nueva forma de generar, transmitir y comunicar lo que sucede en el mundo, hasta el punto de convertirse en un nuevo paradigma de la comunicación imitado por webs como *Openleaks.org*, cuyo fin es suministrar un conducto que hiciera más fácil y más seguro para la gente corriente filtrar información de forma anónima a los medios (*Elmundo.es*: 2011).

Los periódicos tradicionales también se han planteado el nuevo modelo. Recientemente, el director de *The New York Times* reconocía que su diario “está barajando la posibilidad

de crear su propio portal de filtraciones, aunque ha indicado que existen algunas dificultades de carácter legal para hacerlo” (*Periodistadigital.com*: 2011).

Incluso, el fenómeno *Wikileaks* se ha convertido en el impulsor de la *Icelandic Modern Media Initiative*, una ley islandesa, aprobada en julio de 2010, que tiene el propósito de preservar la libertad de información, protegiendo a periodistas, sus fuentes y a los proveedores de servicios de Internet que alojen contenido. Precisamente en Islandia, la fundación *Wikileaks* ha registrado por primera vez su negocio, bajo el nombre de *Sunshine Press Productions*.

Los casos expuestos ponen de manifiesto cómo las nuevas tecnologías de la información se han convertido en una potente herramienta capaz de provocar revoluciones y cómo las redes sociales se erigen en canal informativo para contar al mundo lo que acontece, de forma que en aras de la inmediatez y la ausencia de fronteras informativas configuran un nuevo panorama comunicativo en el que la figura del periodista, como intermediario de la realidad, es asumido por el propio ciudadano que participa en la construcción y elaboración de los contenidos.

Los grupos de noticias de los medios sociales, blogueros y tuiteros se convierten en fuente informativa de los medios de comunicación tradicionales. Imágenes subidas desde teléfonos móviles, principalmente *smartphones*, dan la vuelta al mundo convertidas en testimonios gráficos de los acontecimientos que otros no pueden o no se atreven a contar, y a todo ello ha contribuido de manera decisiva el hecho de que las nuevas tecnologías hayan cambiado radicalmente los gustos y preferencias de consumo de la sociedad española, modificando a su paso nuestra forma de comunicarnos con otras personas, de conocernos y relacionarnos.

Según la 14ª Encuesta Anual de Usuarios de Internet, que realiza la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), la implantación del uso de Internet a través de teléfonos móviles ha crecido un 65%, al tiempo que la tablet, como dispositivo de acceso, dobla su penetración frente al 2011 con un 14%. La proliferación de este tipo de dispositivos permite la obtención de datos como que el 75% de los españoles entra en Internet todos los días, el 24% de las conexiones se realiza desde la calle o el transporte público y que la inmensa mayoría de las mismas sea para acceder a las redes sociales (68%), siendo *Facebook* la que ostenta el liderazgo absoluto (90%), seguido de incremento en casi 14 puntos de *Twitter* (37%), la cual llega a superar, incluso, a *Tuenti* (25%). (AIMC: 2012)

Otros datos significativos que se desprenden de este estudio es un alto nivel de participación, por parte de los internautas, en la creación de contenidos de las webs, de hecho, el 58% sube fotos y el 40% colabora con textos, al tiempo que el 68% lo hace con contenidos multimedia. A todo ello ha contribuido el uso generalizado de *YouTube* y las nuevas fórmulas de participación ciudadana que los diarios *on-line* han puesto en uso.

Tomando como referencia los dos principales diarios digitales de España por ser los que más lectores *on-line* poseen: *elpais.com* y *elmundo.es*, comprobamos que son numerosas las fórmulas de participación que ambos proponen al ciudadano. Así pues, en el caso de *elmundo.es* encontramos un álbum colectivo de Vacaciones en *Twitter*. Para ello, a través de *hashtag #FotosVerano13*, invita a sus lectores a publicar sus fotos veraniegas. Para los que no se hayan estrenado en el universo de los *tweets*, el diario ofrece la posibilidad de subir las imágenes a través del link <http://www.tusfotos.elmundo.es>. También para los amantes de las fotografías regala premios en *elmundoenpositivo.es*, donde el periódico invita a sus lectores a compartir sus fotografías más positivas según una temática concreta por semanas que durante el mes de agosto ha sido: “La mejor forma de empezar el día”, “Aficiones de verano”, “Siempre con los tuyos” y “Un lugar donde disfrutar”.

En el caso de *elpais.com* se fomenta que el ciudadano cuente su mejor viaje, en 1.000 caracteres o menos, y de esta forma participe en el sorteo de unas vacaciones, al tiempo que se fomenta la interacción entre redactores y comunidades de usuarios, a fin de compartir información y opiniones, mediante su red social *Eskup*, una red gratuita de *microblogging* en la que los usuarios, tras registrarse, pueden compartir en cada entrada 280 caracteres de texto y adjuntar imágenes y vídeos. Las publicaciones no sólo aparecen en el panel de cada individuo, sino también en cualquier tema abierto al que esté apuntado para escribir. Además, permite enlazar vídeos desde *YouTube*, *Metacafe*, *Dailymotion*, *Vimeo*, *Current*, *Video.google*, y *Myspace*.

Eskup, además, permite publicar entradas automáticamente en *Facebook* y *Twitter*, al tiempo que se fomenta la participación de los usuarios ofreciendo a sus lectores una comunicación activa con sus redactores y corresponsales.

3. BLOGS: UN NUEVO PANORAMA INFORMATIVO

Presionados por la competencia de *blogs* y publicaciones independientes en la red, cada vez más medios de comunicación recurren a la participación ciudadana para mantener

su audiencia. Prueba de ello es que cada casi todas las ediciones *on-line* de los grandes periódicos europeos y estadounidenses cuentan con secciones donde los lectores pueden contar sus experiencias de primera mano o difundir aquello que cree que es noticia.

En Estados Unidos, algunas de las grandes cadenas de televisión, como puede ser el caso de la *CNN*, ha acudido a las redes sociales e Internet para cubrir la llegada de los últimos huracanes, ofreciendo testimonios de los afectados en las zonas a las que ningún reportero pudo llegar.

En nuestro país, también tenemos ejemplos de este tipo, tal es el caso del diario *elmundo.es*, el cual posee un apartado dedicado exclusivamente a *blogs* en los que conviven firmas consolidadas con un nuevo formato de *blog* ciudadano. Bajo el nombre de “Los Blogs más cercanos”, la edición digital el diario *El Mundo* ofrece “Ciudadano M”, “Ciudadano IB” y “Ciudadano Castilla y León”, tres *blogs* que se definen como un escaparate para mostrar todos los aspectos de Madrid, Islas Baleares y Castilla y León por los propios lectores: “los lugares que más te gustan, los rincones desconocidos, los bares con encanto, las tiendas singulares, la crítica de tus restaurantes favoritos, los puntos negros, los problemas que te afectan...”. En definitiva, una plataforma desde la que se invita al ciudadano a enviar sus crónicas, fotos o vídeos, animándoles incluso a convertirse “en nuestro periodista”.

La importancia de los *blogs* a nivel informativo lo encontramos, según Dan Guillmor²²¹ en que “we are the media”, es decir, que los parámetros que rigen el periodismo profesional: “exactitud, exhaustividad, imparcialidad e independencia”, son los mismos parámetros que manejamos diariamente los ciudadanos cuando queremos dar información a otra persona. No obstante, matiza que:

“no se trata de reemplazar a los profesionales sino de ayudar a que se expanda el eco periodístico en el sistema con el objetivo de que cuando la gente empiece a crear sus propios medios en la red puedan empezar a trabajar con otra gente de manera colaborativa y, de esta forma, conseguir una sociedad más activa a nivel social y político”. (Guillmor: 2004)

²²¹ Considerado por muchos como el padre del periodismo ciudadano. En 2005 abandonó su puesto en el periódico *San Jose Mercury News*, donde había ejercido como columnista desde 1994 y donde puso en práctica el que se considera el primer *blog* de un periodista en un medio tradicional, convirtiéndose así en abanderado del llamado periodismo ciudadano o participativo: una nueva forma de hacer periodismo más personal, basada en la interacción, menos autoritaria y más participativa. Después de su marcha del *Mercury News*, Gillmor ha apostado por nuevos proyectos de periodismo ciudadano y continúa colaborando en *blogs* y otros medios.

Según Guillmor la importancia de los *blogs* en la ciudadanía tiene una fecha, el 11 de septiembre de 2001. El día de los atentados todas las páginas web de los medios de comunicación tradicionales se colapsaron de forma que mucha gente comenzó a utilizar sus *blogs* para narrar y postear los acontecimientos de los cuales estaban siendo testigos. Fue a través de los *blogs* como la ciudadanía comenzó a comunicarse y a explicar la situación de lo que estaba ocurriendo, publicaban fotos de lo sucedido y comenzaron a narrar en primera persona.

Desde entonces los *blogs* se han convertido en una de las herramientas más importantes del Periodismo 3.0, ya que se articula en torno a una serie de encadenamientos comunicativos de autoría, individual o colectiva, que al vincularse los unos con los otros establecen un tipo de construcción comunicativa compleja, pues su estructura no solo incluye un conjunto de información activa, a través de la cual es factible ordenar, observar y derivar las estructuras de argumentación, sino que también dirigen la opinión a través de una navegación relacionada. De hecho, según los últimos datos del buscador Technorati, a julio de 2011 la blogosfera contenía más de 164 millones de *blogs*, de los cuales el 44% pertenecen a Estados Unidos y el 29% a Europa, estando creados el 40% de todos ellos mediante *Wordpress*. (Technorati: 2012)

Si hasta este momento los medios de comunicación estaban considerados como el cuarto poder encargado de vigilar al resto de los poderes, ahora los bloggers se presentan como los “vigilantes del Periodismo”, un término acuñado por el periodista argentino y redactor del diario *Clarín Global*, Alejandro D’Agostino, quien en su artículo “Reflexiones sobre el Periodismo 3.0” afirma que los ciudadanos desconfían de los medios, y que la crisis de legitimidad que afectó al resto de las instituciones ha alcanzado al Periodismo, de forma que este Periodismo 3.0 representa la socialización de la información, constituyendo “la última etapa del ciberperiodismo”. (D’Agostino: 2010)

En este sentido D’Agostino, de la mano de Dan Guillmor, afirma que el Periodismo 1.0 es el que traspasó el contenido de los medios tradicionales a la red, el Periodismo 2.0 el que crea contenido para la red, naciendo de esta forma el hipertexto, la interactividad y las creaciones multimedia, mientras que gracias al Periodismo 3.0 surge una nueva figura comunicativa, el “prosumer”, es decir, el ciudadano que se convierte en productor y consumidor de la información amenazando la autoridad profesional del periodista y que logra que la información se vuelva conversación, hasta el punto de articular un Periodismo que “no responde al poder sino al interés y a las inquietudes de los ciudadanos”.

Estas tres generaciones del Periodismo coinciden plenamente con las cuatro etapas identificadas por Alejandro Rost en su tesis doctoral, “La interactividad en el periódico digital”, en la que, a grandes rasgos, plantea una primera fase de presencia corporativa, en la que los medios únicamente pretenden obtener presencia en la Red para reforzar su imagen corporativa, una segunda que se corresponde con el volcado de contenidos, que implica una fiel reproducción digital del diario impreso; una tercera en la que se incluyen contenidos creados exclusivamente para la Red y que aprovecha las ventajas del entorno digital y una última etapa marcada por la interactividad selectiva y comunicativa. (Rost: 2003)

En esta cuarta etapa podemos identificar tres tipos de participación ciudadana. Por un lado, la elemental, que es aquella mediante la cual el usuario puede interactuar con el medio para ver sus contenidos (acceder a la noticia completa, ampliar la imagen, etc.), una segunda o básica que permite la interacción con el medio mediante herramientas digitales, es decir, permite comentar, imprimir, corregir y enviar la noticia a las redes sociales, y, por último, una participación avanzada que supone incluir como parte de la información elementos ajenos a la pieza informativa, o lo que es lo mismo, la noticia remite a *blogs*, foros, noticias ciudadanas, video chats y redes sociales.

Esta participación avanzada de la cuarta etapa que identifica Rost es la que podemos observar tanto en *elpais.com* como en *elmundo.es*, en ambas ediciones on-line apreciamos numerosos ítems colaborativos que ofrecen no solo la posibilidad de comentar la noticia, sino de compartirla a través de diversas redes sociales (*Facebook*, *Twitter*, *Tuenti*, *LinkedIn*, *Menéame*), de recomendarla en *Google* o de enviarla a *Kindle*.

De igual forma, ofrecen enlaces a vídeos de *YouTube*, *blogs* personales de periodistas y colaboradores, editoriales, infografías y gráficos interactivos. La interacción del usuario-lector es tal, que si se trata de un tema candente puede citarse a algún personaje relevante a espacios como “Encuentros digitales” de *elmundo.es* o “Entrevistas digitales” de *elpais.com*, unos foros en tiempo real en el cual los ciudadanos se convierten en periodistas y ejercen este subgénero de la entrevista en formato de charla *on-line* en el que existe un moderador encargado de seleccionar las preguntas más interesantes. Estos espacios ofrecen la dimensión de la inmediatez, ya que la entrevista se va publicando en directo como si se tratara de una herramienta de *microblogging*, y la interactividad con el resto de redes sociales.

4. DEBATE ABIERTO: LUCES Y SOMBRAS DEL PERIODISMO CIUDADANO

Sin embargo, esta apertura informativa abre un amplio de debate en torno al cambio que se está operando en los modelos de comunicación, ya que frente a los medios tradicionales que se sirven de fuentes y agencias de noticias para cubrir aquellas informaciones que por falta de medios materiales un periodista de la plantilla no ha podido cubrir, se abre un nuevo contexto informativo ausente de jerarquía. Los ciudadanos se convierten en comentaristas que aportan su visión de la realidad sin cortapisas, sin presiones y sin establecer un orden jerarquizado en la publicación de sus artículos, dinamitando el sistema informativo tradicional e imponiendo uno nuevo en el que Internet se convierte en una red de información que genera contenido constante y donde reporteros, editores y audiencia se encuentran al mismo nivel.

Todo ello es debido, según Ignacio Ramonet, presidente de *Le Monde Diplomatique*, a que:

“cada vez más ciudadanos se muestran más sensibles respecto de las manipulaciones mediáticas convencidos de que en nuestras sociedades hipermediatizadas vivimos, paradójicamente, en estado de inseguridad informativa. La información prolifera, pero sin ninguna garantía de fiabilidad. Asistimos al Periodismo de especulación y del espectáculo, en detrimento del Periodismo de información” (Ramonet: 2003).

Es dentro de este contexto cuando los ciudadanos se organizan como un “quinto poder” capaz de exigir a los grandes medios de comunicación mayor ética, verdad y respeto a una deontología que permita a los periodistas actuar en función de su conciencia y no en función de los intereses de los grupos, las empresas y los patrones que los emplean. De esta forma, aparece la figura del “interlocutor cercano” con el que el receptor de la información se puede identificar fácilmente porque es una “persona como yo” y que, como afirma Juan Valera, hacen del activismo uno de los rasgos más importantes y distintivos de la blogosfera, ya que “mientras que el periodismo tradicional promulga su servicio a los ciudadanos y si interés en contar la realidad, la blogosfera tiene una vocación de intervenir en la realidad desde la conversación virtual” (Valera: 2005).

Gracias a la consolidación de los nuevos medios digitales, los ciudadanos dejan atrás la “Era de la Información” para adentrarse en la “Era de la Participación” de forma que muchos *bloggers* han convertido su cuaderno de bitácora en un medio de información

muy fiable para muchas personas, llegando a tener unos niveles de audiencia y visitas superiores a muchos medios de comunicación tradicionales.

Sin embargo, la paradoja la encontramos en que al mismo tiempo que el nuevo Periodismo Ciudadano obliga a los medios de comunicación a ser aún más exigentes en la verificación de datos y de sus fuentes de información, esta cualidad no le es exigida a todos aquellos usuarios que a través de las nuevas tecnologías amplían el proceso de la información y lo hacen participativo, y prueba de ello lo encontramos en la cantidad de noticias falsas que circulan por la red y de las que, pueden llegar a hacerse eco los medios de comunicación. Un ejemplo notable y que dio la vuelta al mundo fue cuando la *CNN*, a través de *iReporter*, un sitio de Internet de su propiedad en el que los ciudadanos contribuyen con sus artículos y que recibe al internauta con el lema “Sin edición. Sin filtro. Noticias”, publicó el falso fallecimiento de Steve Jobs, provocando el pánico y el desplome de las acciones de *Apple* en la Bolsa.

Ejemplos como este ponen de manifiesto el nacimiento de una nueva forma de hacer Periodismo en el que la labor de los periodistas de calidad parece quedar relegada a pasar la criba y situar en contexto, ya que desde hace tiempo los periódicos han perdido su principal cualidad en aras de Internet, y su función de medio de comunicación basado en la lectura profunda, con informaciones extensas y documentadas ha dado paso a un nuevo panorama informativo en el que los medios se convierten en un mero intermediador en un mundo en el que Internet se convierte en punto de encuentro entre emisores particulares e informadores profesionales.

Quedan relegados pues los tres elementos que el profesional del Periodismo aporta como valor añadido a los medios: ser testigo, descifrar e interpretar la realidad que nos rodea. En estos momentos, los ciudadanos se convierten en lector y escritor configurando un sistema interactivo en el que los medios ya no tienen la exclusividad de la información, pues cualquier persona, aportado sus experiencias personales, puede formar parte de ese proceso de creación.

5. PERIODISMO 3.0 EN EL ACCIDENTE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Para ver cómo influye el periodismo ciudadano en el tratamiento informativo de determinadas noticias nos hemos centrado en el accidente ferroviario que tuvo lugar en Santiago de Compostela el pasado 24 de julio.

Alrededor de las 21:41 horas, el tren Alvia que cubría el trayecto entre Madrid-Chamartín y El Ferrol descarrila en la curva conocida como “A Grandeira”, situada aproximadamente a unos tres kilómetros de la estación de Santiago de Compostela. Como consecuencia del descarrilamiento, las dos cabezas tractoras, los dos furgones diésel y los ocho coches se salieron completamente de la vía causando la muerte de setenta y nueve personas.

Nada más conocerse la dimensión de la catástrofe, el accidente se convierte en ‘*trending topic*’ mundial en *Twitter*. Hasta nueve de los 10 ‘*hashtag*’ que muestra automáticamente la plataforma estaban relacionados con el siniestro y en menos de una hora #*AccidenteSantiago* alcanzó los 69.710 comentarios, convirtiéndose en una de las etiquetas más activas del siniestro, ya que no solo contribuyó a difundir los teléfonos donde se podían obtener información sobre las víctimas sino también las primeras imágenes de la tragedia que daban cuenta de la magnitud del accidente ferroviario.

#*ÁnimoGalicia*, #*animogalicia*, #*TodosConGalicia* o #*tragediasantiago* han sido algunas de las etiquetas gracias a las cuales los ciudadanos han podido mostrar su apoyo y solidaridad con la tragedia ocurrida. Hasta el punto, de que uno de los ‘*tuits*’ del jugador del Real Madrid, Cristiano Ronaldo, pidiendo ayuda para las víctimas y heridos fue retuiteado más de 18.000 veces.

Junto a los mensajes de solidaridad, también otras etiquetas como #*Alvia* o #*Ave* han sido usadas para comentar el accidente e, incluso, para criticar al maquinista, mucho antes de que se diera inicio a la investigación judicial del suceso y sin que se hubieran pronunciado al respecto ni Adif, ni Renfe. De hecho, el silencio de ambas empresas en las redes sociales en las dos primeras horas -fase crítica de contribución corporativa en la comunicación de crisis-, suscitó numerosas críticas. En @*Renfe*, la primera mención del accidente no tiene lugar hasta las 2:29 pm del 24 de julio: “Descarrilo del tren Alvia Madrid-Ferrol.Habilitado el teléfono para atención 900 101 660“. Esta notificación tuvo un total de 3.000 *retweets*, algunos de ellos tan ácidos como el de @*teleoperador24*: “@*Renfe* Ay, perdón, no te habremos despertado...” o el de @*abarrera* “Un poco tarde no? Para promocionar bien que usamos Twitter eh?”. El Administrador de Infraestructuras Ferroviarias reaccionó antes, y a la 1:50 horas @*Adif_es* publicaba lo siguiente: “#*AccidenteSantiago* Técnicos de Adif están desde el primer momento trabajando con los servicios de emergencias. Se ha abierto investigación”.

Otras críticas sonadas respecto a este suceso se produjeron a través del *hashtag* #*Gansu*, por el error de La Moncloa al mezclar el pésame por el accidente de tren de

Santiago con el terremoto en la provincia china. En este sentido encontramos *tweets* como el de *@JavierArabit*: “¿Tan difícil es para un Presidente del Gobierno, gallego, escribir él mismo unas palabras sinceras y sentidas, en lugar de hacer el #Gansu ?” o el *@LJ87*: “Moncloa mezcla las condolencias a #Galicia con el terremoto de #Gansu, si no es un montaje, es una cagada enorme”.

También las redes sociales han servido de plataforma para dar a conocer las posturas oficiales, tal es el caso de la CGT, que a través de *@CGT* publicó su informe sobre el accidente de Santiago, al tiempo que han contribuido a movilizar a la opinión pública, tal es el caso de un *tweet* de la Policía dirigiendo la donación de sangre: "Centros de donación de sangre de Santiago está saturado, pero se puede acudir a donar a los complejos hospitalarios de Coruña y Vigo. GRACIAS", que tuvo más de 6.000 *retweets*. Su impacto social fue tal que, a las pocas horas, las reservas necesarias estaban garantizadas y a través de la propia red social se pedía que no acudiera más gente a donar sangre a fin de evitar los colapsos.

Como en otras tragedias de similares magnitudes, las redes sociales se convirtieron en el primer vehículo para localizar a las víctimas del accidente de tren. A través de *Twitter* se lanzaban imágenes de los viajeros especificando marcas de nacimiento, alianzas o incluso tatuajes que podían ayudar a reconocerles. Así, *@EsmeraldaNF* publicaba "Rodrigo de Antonio Moledo, 'Tortu', amigo que iba en el tren, ¡retweet por favor! Lleva ese tatuaje."

Junto a las redes sociales, el sistema de mensajería instantánea *WhatsApp* llegó a colapsarse, pues familiares y heridos intentaban contactar con sus seres queridos. De hecho, fue el medio que utilizó Susana Relaño, de 46 años de edad para despedirse de su marido, Arcadio, y también para indicarle que estaba a salvo. A las 20:45 envió: "Accidente, ni se si sqldre. Mw ahogi, aplasrada" (Accidente, no sé si saldré. Me ahogo, aplastada) y a las 20:50: "¡Stoy a sqlvoq" (Estoy a salvo)". (*El País*: 2013).

La inmediatez que aportan las redes sociales gracias al extensivo uso de *tablets* y *smartphones* provoca que se conviertan en viral noticias e imágenes en tan solo cuestión de segundos. Gracias a estos dispositivos *Twitter* se erigió desde primera hora en un improvisado periódico digital en el que se podía conocer de primera mano el ambiente que reinaba en el lugar de los acontecimientos.

Ciudadanos anónimos se convirtieron en cronistas de excepción gracias al uso de sus dispositivos móviles capaces de captar imágenes y compartirlas de forma inmediata, tal

y como evidencia @javier_vegas, quien publicaba: “Ojo a la fila que hay para donar sangre en #Santiago La mejor noticia es ver que existen personas como éstas pic.twitter.com/rIVactDQX1 #alvia”. De igual forma, José Sieiro, voluntario de Protección Civil que colaboró en el rastreo de los vagones tras el accidente, se convirtió de la noche a la mañana en el rostro de la desolación en la zona cero. Su foto fue publicada en *Facebook*, donde llegó rápidamente a tener hasta 5.000 “*me gusta*”, para luego pasar a ser la imagen más difundida por los medios de comunicación *on-line* gracias a la agencia *EFE*.

De hecho, uno de los aspectos más criticados ha sido el uso de imágenes y vídeos bastantes fuertes de la tragedia y puestas a disposición del gran público por las redes sociales, tal es el caso de la filtración del vídeo del momento del descarrilamiento del tren colgado en *YouTube* y del que se hicieron eco todos los medios digitales y televisiones.

A las pocas horas de su publicación *YouTube* retiró el clip de la ‘url’ inicial donde sobrepuso un mensaje en el que se explicaba que había retirado las imágenes como “consecuencia de una infracción de la política de *YouTube* relacionada con contenido ofensivo y desagradable”. Sin embargo, este alarde de ética por parte del portal no evitó que el vídeo, cuyas imágenes se corresponden con una cámara de seguridad instalada en el tramo en el que se produjo el siniestro y donde puede verse cómo el tren cambia directamente de vía por la inercia y termina estrellándose contra el muro aledaño, llegara rápidamente a ser visto por algo más de cuatro millones de personas en el canal, una cantidad que se multiplicó exponencialmente debido a su inserción de casi todos los medios digitales de España y del extranjero (el francés *Le Monde*, los americanos *CNN* y *The New York Times*, el británico *The Guardian*, el italiano *Le Corriere della Sera*, el alemán *Der Spiegel*, *La Nación*, de Argentina, y el mexicano *El Universal*). De hecho, una simple búsqueda en *Google* nos ofrece más de dos millones de sitios en los que más de mes y medio después aún puede verse este documento gráfico.

De igual forma, tal y como afirma de manera irónica Enrique Castillo, en “Lecciones y observaciones sobre el desgraciado accidente de Santiago de Compostela”, la mejor información del accidente ferroviario estaba en los *blogs* especializados, de forma que algunos expertos y ciudadanos en general se lanzaron a explicar los porqués de la tragedia sin tener un conocimiento completo de todos los factores que incidieron en el suceso, aportando informaciones que, en muchos casos, distaban bastante de la verdad. Noticias que, lejos de ser confirmadas, fueron elaboradas velozmente, y en muchos casos de forma anónima, para ser comunicadas lo más rápidamente posible.

La necesidad de informar y opinar sobre la tragedia llevó a la elucubración de variadas hipótesis apoyadas en suposiciones, conjeturas y deducciones sin datos, llegando incluso a hablarse de un atentado en numerosos *blogs*, pero también en diarios como *elperiódico.com*. De hecho, la versión más extendida, avalada por *El Confidencial Digital*, fue que “los máximos responsables del Ministerio del Interior disponían de informes proporcionados por los servicios de Información que apuntaban a un posible acto terrorista por parte de Resistencia Galega” (*elconfidencialdigital.com*: 2013)

También en el blog *Adversariometapolítico.com* podía leerse:

“El Ministerio del Interior ha descartado que sea un atentado, lo que suele ser condición previa a su reconocimiento, o bien una primera componenda con los terroristas. Una de las pocas cosas que funcionan medio bien en España son los trenes, cuya tecnología e instalaciones es exportada a todo el mundo. Si excepcionalmente se produce un descarrilamiento no parece que las consecuencias tengan que ser tan trágicas. En Galicia existe un terrorismo separatista bastante regular, centrado fundamentalmente en la colocación de artefactos explosivos. Y mañana los separatistas de Galicia organizan su aquelarre de odio a España, justo en el día de nuestro Santo Patrón”.

Lookfordiagnosis.com, *espadadelespiritu.blogspot.com*, *pablojmanso.wordpress.com* o *cibernoticiasepress.wordpress.com*, así como diarios *on-line* tales como *Elperiodico.com* o *Cantabria24horas.com*, fueron otras plataformas en las que se apuntaban noticias finalmente sin confirmar:

«Vecinos testigos del accidente del tren Alvia que ha sufrido un descarrilamiento en las inmediaciones de Santiago y que cubría el trayecto Madrid-Ferrol han comentado a la agencia Europa Press que han oído una explosión hacia las 20.41 horas (...) Vecinos de la zona también han indicado que el tren iba a una "velocidad normal" para entrar en la estación y que llegaron a escuchar un ruido, previo al descarrilamiento, y acto seguido ya se produjo una gran humareda».
(*El Periódico*: 2013)

6. CONCLUSIONES

El Periodismo 3.0 está alterando el ecosistema informativo. El poder del ciudadano para contar historias y publicarlas, plantea nuevos desafíos a la hora de hacer un periodismo de calidad, ya que los medios dejan de tener la exclusividad de la información para dar paso a un nuevo reportero: el ciudadano.

Presionados por la competencia de las redes sociales, *blogs* y publicaciones independientes en la red, los medios de comunicación recurren a la participación ciudadana para mantener sus audiencias, no con objeto de reemplazar a los profesionales, sino para ayudar a que se expanda el eco periodístico en el sistema y conseguir una sociedad más activa a nivel social y político, y dentro de este contexto es donde la labor del periodista se revaloriza notablemente, ya que surge una necesidad imperiosa de contar con un intermediario entre la realidad circundante y el público final.

Sucesos como el accidente ferroviario de Santiago de Compostela ponen de manifiesto las luces y sombras de este Periodismo 3.0 en el que los ciudadanos, aportando sus experiencias personales, pueden formar parte del proceso de creación, y evidencia que es necesario que el profesional de la información contraste la veracidad de lo que se cuenta, al tiempo que proteja a la fuente y evite que la libertad de información pueda contravenir algún derecho fundamental del ser humano. El reto actual que se abre ante el Periodismo Ciudadano es lograr articular su nueva misión dentro del panorama informativo con los tres elementos que aporta el periodista profesional: ser testigo, descifrar e interpretar la realidad que nos rodea.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

7.1. Libros

ARMAÑANZAS E, DÍAZ NOSTY J, MESSO-AYERDI, K. (1996): *El periodismo electrónico. Información y servicio multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel Comunicación.

GARCÍA –JIMÉNEZ, A, RUPÉREZ-RUBIO, P. (2007): *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid: Editorial Dykinson.

GUILLMOR, Dan (2004). *We, the media*. O'Reilly Media, Inc.

PEÑAFIEL SAIZ, C., LÓPEZ VIDALES, N. (2002). *Claves para la era digital: evolución hacia los nuevos medios, nuevos lenguajes y nuevos servicios*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

SALAVERRIA, R. (2005): *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

7.2. Comunicaciones o ponencias en Actas

ALONSO, Estrella: Los ciberperiódicos en España: periodismo digital versus periodismo 3.0. En AA.VV. (2010): *Nuevos Medios, Nueva Comunicación*. Salamanca, 4-5 octubre de 2010. Pp: 235-248

ALONSO GONZÁLEZ, M., GARCÍA ORTA, MJ.: *Wikileaks* y el nuevo ecosistema informativo. En AA.VV. (2011): *Periodismo Político: Nuevos retos y nuevas prácticas*. Valladolid, 26-27 abril de 2011.pp: 522-542.

7.3. Tesis

ROST, A. *La interactividad en el periódico digital*. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona, 2006. Disponible en Internet: <http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1123106-104448/>

7.4. Artículos en revistas electrónicas completas

EDO, Concha (2000). Las ediciones digitales de la prensa: los columnistas y la interactividad con los lectores. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Número 6. Universidad Complutense de Madrid. 2000. [en línea] Disponible en Internet: http://www.ucm.es/info/emp/Numer_06/6-3-Estu/6-3-05.htm [Consulta: 3 agosto 2013]

GARCÍA-DE TORRES, E. (2004): Prensa española digital en primera línea. [en línea]. Disponible en Internet: [http://s3.amazonaws.com/lcp/alaicinternet/myfiles/Elvira%20Garcia%201%20\(Espana\).pdf](http://s3.amazonaws.com/lcp/alaicinternet/myfiles/Elvira%20Garcia%201%20(Espana).pdf) [Consulta: 12 agosto 2013]

ROST, Alejandro (2003): El periódico digital: características de un nuevo medio. [en línea] 2003. Disponible en Internet: <http://red-accion.uncoma.edu.ar/asignaturas/pd.htm> [Consulta: 12 agosto 2013]

RAMONET, Ignacio (2003): El quinto poder [en línea] 2003. Disponible en Internet: <http://monde-diplomatique.es/2003/10/ramonet.html> [Consulta: 5 agosto 2011]

7.5. Webs

ADVERSARIOMETAPOLITICO.WORDPRESS.COM: “24-J, el accidente de tren de Santiago fue un atentado” en:

<http://adversariometapolitico.wordpress.com/2013/08/01/24-j-el-accidente-de-tren-de-santiago-fue-un-atentado/> [Consulta 1 agosto 2013]

AIMC (2011): <http://www.aimc.es/-Navegantes-en-la-Red-.html> [Consulta 5 agosto 2011]

D'AGOSTINO, Alejandro (2010): "Reflexión sobre el Periodismo 3.0" en: <http://alejandroquispe.blogspot.com.es/2010/01/reflexion-sobre-el-periodismo-30.html> [Consulta 9 marzo 2011]

ELCONFIDENCIALDIGITAL.COM (2013): "Un informe de Interior alertaba de actos de sabotaje de Resistencia Galega el día de Santiago" en: <http://www.elconfidencialdigital.com/seguridad/085702/un-informe-de-interior-alertaba-de-actos-de-sabotaje-de-resistencia-galega-el-dia-de-santiago-la-policia-activo-durante-una-hora-la-circular-50-el-protocolo-de-atentado-terrorista> [Consulta 26 de julio de 2013]

ELMUNDO.ES (2011): "El antiguo 'número dos' de Julian Assange lanza su propio Wikileaks", en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/01/28/comunicacion/1296246041.html> [Consulta 28 de enero de 2011]

ELPAÍS.ES (2013): "Accidente, ni se si sldre.Mw ahogi, aplasrada" en: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/07/26/galicia/1374840318_893874.html [Consulta 26 de julio de 2013]

ELPERIODICO.COM (2013): "Testigos del accidente de tren de Santiago aseguran que han oído una explosión", en: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/trafico-y-transportes/testigos-tren-descarrila-santiago-2529329> [Consulta 24 de julio de 2013]

LAVOZDEGALICIA.COM (2013): "Lecciones y observaciones sobre el accidente de Santiago de Compostela" en: http://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/galicia/2013/08/05/lecciones-observaciones-sobre-accidente-santiago-compostela/0003_201308G5P6992.htm [Consulta 5 de agosto de 2013]

PERIODISTADIGITAL.COM (2010): "Álvaro de Cózar (El País): 'A pesar de Wikileaks, nuestra obligación es conseguir la información de primera mano'", en: <http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/2010/12/20/alvaro-cozar-pais-wikileaks-informacion-primera-mano-javier-moreno.shtml> [Consulta 20 de enero de 2011]

REDCROSS.INT (2012): "Periodismo de los Ciudadanos; un Nuevo periodismo de guerra" en: http://www.redcross.int/Es/mag/magazine2012_2/4-9_extra_1.html
[Consulta 14 diciembre 2012]

TECHNORATI.COM (2013): <http://www.technorati.com> [Consulta 2 de agosto de 2013]

WIKIPEDIA (2013): http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_ciudadano [Consulta 15 julio 2013]