

# Las Redes Sociales 2.0 como fuentes informativas en las revoluciones y movimientos populares del siglo XXI

Manuel de RAMÓN CARRIÓN  
Universidad Complutense de Madrid  
manuelal@ucm.es

Recibido: 25 de julio de 2013  
Aceptado: 4 de febrero de 2014

## Resumen

Este artículo analiza el uso creciente que los periodistas hacen de las Redes Sociales 2.0 como fuentes primarias, especialmente en la cobertura de los movimientos de protesta y las revueltas como la llamada “Primavera Árabe de 2011” y el movimiento español 15-M. Aporta también los resultados de una encuesta entre periodistas españoles para conocer su grado de confianza hacia las RRSS como fuentes informativas y el volumen de las informaciones facilitadas por esas fuentes. Un total de 24 periodistas respondieron un cuestionario. La gran mayoría de ellos periodistas afirmó que las RRSS “sólo son un complemento y sus datos deben ser confirmados”. Casi todos descartaron que las nuevas redes supongan una modalidad diferente de fuentes frente a las tradicionales.

**Palabras clave:** Twitter, revoluciones, fuentes, hashtags, credibilidad

## Social Networks 2.0 as information sources in revolutions and popular movements in the 21st Century

### Abstract

This article is a study about the growing use made by the Journalism professional with the Social Networks 2.0. as primary information sources. For this target was taken as analyse topics the riots known as so called “Arabic Spring 2011” and the Spanish movement so called 15-M. The work contains a poll made with Spanish journalists to know de confidence that the modern Social Networks have for them as information sources. About 24 journalists filled a questionnaire. The majority of journalists considered the new Social Networks only as “a tool for knowing news they must be confirm later”. All refused the new social networks were a “third way” between traditional segregation human sources and document sources.

**Keywords:** Twitter, revolutions, sources, hashtags, credibility

### Referencia normalizada

RAMÓN CARRIÓN, Manuel de (2014): “Las Redes Sociales 2.0 como fuentes informativas en las revoluciones y movimientos populares del siglo XXI”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 20, Núm. 2 (julio-diciembre), págs.: 1195-1208. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. La Evolución de las Redes Sociales. 3. Metodología. 4. El 15M como puesta de largo de las redes sociales en el Periodismo Español. 5. Resultados cuantitativos de la encuesta a periodistas españoles sobre el uso de redes sociales como fuentes informativas en las revoluciones socio-políticas de 2011. 6. Comentario de los resultados de la encuesta. 7. Conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

## 1. Introducción

“El 15-M hay convocada una movilización ciudadana. Entérate y decide. La Política se hace mejor entre todos”. [#15mfacts](http://bit.ly/h4J6v5) (Antón Losada)

“El Web 2.0 no es precisamente una tecnología, sino que es la actitud con la que debemos trabajar para desarrollar en Internet” (Christian van der Henst)

En muy poco tiempo, las Redes Sociales 2.0 han desbordado el ámbito del círculo profesional o de amigos para el que aparentemente fueron creadas y se han convertido en un arma propagandística y de difusión de las ideas con clara vertiente política, aunque en otros campos también se utilizan con una finalidad comercial o de marketing. Las revoluciones árabes, conocidas como la Primavera Árabe y el movimiento 15-M, nacido en Madrid y difundido a toda España e incluso Estados Unidos, demuestran la importancia de las citadas Redes Sociales al poner en contacto a los participantes entre sí.

En esta segunda década del siglo XXI, los oradores de las plazas públicas están siendo sustituidos por las Redes Sociales. Aunque también sigan hablando en las concentraciones públicas, estos oradores incrementan su eficacia y el eco de sus mensajes gracias a redes como Facebook y Twitter. Su público ya no son unos pocos miles de personas, sino que pueden ser hasta millones diseminados por el ágora global que es ahora el mundo.

Los estudiosos se plantean abiertamente la posibilidad de que su participación “on line” en foros políticos, blogs u otros “espacios públicos” de la red pueda interpretarse ya como “el surgimiento de formas alternativas de activismo político”. Zizi Papacharissi afirma que “Estas nuevas formas de compromiso cívico apuntan hacia un electorado que está profundizando más en unas vías innovadoras para cumplir sus obligaciones cívicas”:

“Specifically, blogs, vlogs (videoblogs) and similar content portals provide ordinary citizens with the opportunity to directly engage the public sphere in a manner previously absent in representative democracies. Growing disinterest in conventional forms of political participation combined with innovative uses of evolving technologies suggests that new models of citizenship or civil engagement could be emerging” (Papacharissi, 2009: 29)

El presente trabajo intenta circunscribirse a los acontecimientos de 2011 y al uso de las Redes Sociales 2.0 aunque posteriormente han seguido produciéndose protestas sociales en todo el mundo. En cualquier caso, conviene recordar que la convocatoria de manifestaciones vía Internet comenzó en 1999, en la llamada “batalla de Seattle”. Los organizadores de aquellas masivas protestas, extendidas después a otras ciudades donde había cumbres de líderes mundiales, usaron Internet como sistema de interconexión y como fuentes de información para los medios convencionales. Cabe mencionar el Centro de Medios Independientes (Indymedia), creado por el movimiento altermundista para informar de las protestas.

## 2. La evolución de las Redes Sociales

Actualmente, estas redes realizan ya una segunda función como fuentes informativas para la que tal vez no fueron creadas. Los periodistas han comprendido la utilidad de Twitter y Facebook para recibir mensajes en estado primario y, aunque con cautela, las han convertido en fuentes. Este uso como fuentes informativas va en una doble dirección: como sistema de alertas para llegar cuanto antes al lugar donde se produce la

noticia o para tener un conocimiento de primera mano en los lugares donde no pueden estar por problemas logísticos o lo impide una dictadura local.

La idea de que las Redes Sociales 2.0 ya están actuando como fuentes es compartida de manera parcial por José Candón, quien no obstante puntualiza que, en cierta forma, los medios de comunicación han ido demasiado a remolque de los propios movimientos y pone en duda su neutralidad y objetividad en la selección de fuentes:

“Este uso de imágenes e informaciones difundidas previamente en la Red por los propios activistas es una práctica cada vez más usual en los medios tradicionales, llegando a convertirse casi en la única fuente de los medios en lugares de conflicto en los que la labor periodística se torna complicada [...] Sin embargo, limitar el papel de las redes sociales a su consideración como fuente de información para los medios tradicionales minusvalora la influencia de la Red para influir en la agenda pública. Supone dar por hecho una visión positivista de los medios de comunicación como agentes neutros y objetivos que se limitan a seleccionar información de diferentes fuentes [...]” (Candón, 2012).

Dos días después de la manifestación del 15-M en Madrid, un estudio reconocía que había habido poca atención de los medios convencionales hasta ese momento, pero vaticinaba un aumento de su presencia a partir de entonces:

“Hasta el día de ayer [lunes 16 de mayo de 2011] este movimiento no había tenido demasiada presencia en medios de comunicación. En base a lo que ha ocurrido con otros trending topics, es muy probable que la dispersión de estos hashtags aumente significativamente y, en cierto modo, se masifique si los medios tradicionales le dan la repercusión que merece” (Piñeiro, 2011).

A estas alturas, ya no se va a descubrir nada al hablar del papel de los “tradicionales” blogs como fuentes informativas. Un papel que según Serafín Chimeno, ofrece unas “posibilidades, casi ilimitadas a la hora de considerarlos como fuente de información en general” y que no se reducen sólo al aspecto estrictamente periodístico, sino también a la vertiente publicitaria. Chimeno ha observado que los blogs se han profesionalizado para ejercer como fuente de información especializada “Es decir, con la intención de ser utilizados por los medios como complemento o en sustitución de las clásicas fuentes documentales y personales” (Chimeno, 2010: 224). En este sentido, en los primeros años de este siglo se registró ya un fenómeno que sirve como precedente. Se trata de los *warblogs*, que lograron un gran protagonismo durante la invasión de Irak en 2003, tal como pone de relieve Patricia González Aldea:

“La credibilidad de los *warblogs* durante la guerra estuvo por delante de la de los medios tradicionales [...] Los propios periodistas profesionales eran lectores de *warblogs* y desde los medios se hacían invitaciones a bloggers ciudadanos como Salam Pax. Los *warblogs* complementaron y no suplantaron las fuentes tradicionales, estableciéndose una cierta relación de dependencia entre ambas” (González, 2011: 87).

Durante la guerra de Irak proliferaron los *warblogs* creados por militares norteamericanos y hasta por agentes de los servicios secretos, como Rusten Currie (<http://currierd.typepad.com/>), lo que no deja de resultar paradójico. El fenómeno de los

warblogs, también conocidos como *milblogs*, fue estudiado por el diario The Washington Post, demostrando con un mapa interactivo que en todas las zonas donde había soldados norteamericanos funcionaba al menos uno de estos. También se han detectado *milblogs* norteamericanos en Afganistán. Incluso existe un portal dedicado a los blogs de militares norteamericanos en zonas de operaciones que ofrece una lista de los 100 más visitados: *MILblogging.com* (<http://milblogging.com>).

El desarrollo de los *milblogs* puede haberlos convertido en una fuente informativa para los periodistas profesionales, tanto en los grandes conflictos como en aquellos que son menos atractivos para los medios de comunicación. De ser así, podría servir para que desapareciera o se aminorase el fenómeno conocido como las llamadas “guerras olvidadas” (porque resultan poco mediáticas y caras de cubrir).

Por el bien de la profesión periodística y de toda la sociedad, convendría distinguir entre los blogs de los llamados “periodistas ciudadanos” y los de periodistas profesionales. Patricia González asegura que “la credibilidad que tenían los warblogs iba unida muchas veces al respaldo de un medio de comunicación” (González, 2011: 79). Aun así, reconoce que algunos blogs escritos en inglés por ciudadanos iraquíes se convirtieron en referentes para los profesionales, como el ya mencionado Salam Pax, seudónimo de un arquitecto autor de [http://dear\\_raed.blogspot.com](http://dear_raed.blogspot.com), convertido en “todo un fenómeno mediático: desde la duda sobre su existencia real, hasta convertirse en columnista de *Guardian Unlimited*” (González, 2011: 81).

A pesar de su especialización y su presencia en cualquier ámbito, los blogs han empezado a perder la ventaja que tenían sobre Twitter o Facebook como fuentes para los periodistas. Las nuevas redes sociales han asumido, entre otros, el papel de “red de alerta temprana”. La mayoría de las instituciones públicas y privadas han entrado en estas redes sociales, especialmente Twitter, para enviar sus “alertas”. No cabe duda de que tienen suficiente credibilidad para los profesionales. La cuestión es saber si los tuits de los testigos y protagonistas de la Primavera Árabe y del Movimiento 15M lograron la misma credibilidad.

Cabría plantearse la hipótesis de si los periodistas españoles han convertido las Redes Sociales 2.0 en nuevas fuentes informativas de primer orden para su trabajo o sólo las utilizan como un complemento. Interesa investigar si las Redes Sociales 2.0 han sido fuentes eficaces para los periodistas en momentos clave por su peso histórico o su tensión informativa como los descritos anteriormente. Para ello se ha utilizado la siguiente Metodología.

### 3. Metodología

En primer lugar se ha hecho un estudio de la situación de papel de las Redes Sociales 2.0 en el siglo XXI, que según la mayoría de los expertos se encamina con paso firme desde la llamada Sociedad de Masas hasta la Sociedad en Red. En segundo lugar, se ha estudiado el cambio en la concepción de las relaciones humanas provocado por la aparición de las Redes Sociales. Un cambio que en 2011, e incluso desde unos años antes, se había traducido en el cuestionamiento de las relaciones de poder. En tercer lugar, y como estudio de campo del Periodismo español, se aportan los datos de la citada encuesta.

Si partimos de la base de que tanto la Primavera Árabe como el 15-M español constituyeron sendos movimientos que cuestionaban el sistema establecido, hay que plantearse hasta qué punto los medios de comunicación convencionales estaban interesados en integrarlos en sus respectivas agendas. Este cuestionamiento es especialmente comprensible en el caso del 15-M, ya que desde el principio expresaba claramente la necesidad de un cambio en el sistema político y económico, comenzando por la ley electoral española. Por el contrario, los movimientos en Túnez, Egipto, Libia y otros países árabes fueron saludados rápidamente como el deseo de aquellas sociedades de liberarse de viejas dictaduras para instaurar regímenes democráticos, algo por el momento no se ha logrado.

Jesús Flores se preguntaba ya antes de la “Primavera Árabe” si la aparición de Twitter no habría puesto en cuestión la viabilidad de la profesión periodística, dada su capacidad para enviar de manera inmediata las informaciones y primicias, aunque también para difundir rumores. Una pregunta que surge cíclicamente en los medios de comunicación convencionales:

“Twitter es un ejemplo del poder de la audiencia. Este es un servicio de redes sociales y microblogging que permite a sus usuarios enviar mensajes de solo texto [...] los periodistas y los medios ya no deciden qué se publica y qué no se publica. Ahora lo deciden los lectores. Por tanto, esta situación lleva a plantearnos la siguiente pregunta: ¿ya no somos necesarios los periodistas?” (Flores, 2009: 78).

Algunos estudiosos consideran que Internet y las Redes Sociales constituyen una nueva esfera pública que ha puesto en cuestión la “agenda pública” de los medios convencionales. Para Manuel Castells, Internet se ha convertido en un medio de “*autocomunicación* de masas” que refleja de manera más fidedigna la verdadera opinión pública (Castells, 2009: 141).

La interactividad y la horizontalidad de su funcionamiento hacen que la Red sea más permeable a los intereses-agendas de los ciudadanos. Según Candón, frente a la “agenda pública central” de los medios convencionales, que señala a las audiencias los temas y los líderes que deben atender, ha nacido una “esfera pública periférica” formada por las TIC y la telefonía móvil donde el público se expresa “sin la mediación o al margen de los comunicadores profesionales. Si las Redes Sociales pueden influir en la agenda de los medios convencionales, también pueden convertirse en fuentes para los periodistas. La cuestión es averiguar el grado de credibilidad que les otorgan los profesionales de la comunicación” (Candón, 2012).

El sistema de redes sociales ha conocido ya dos importantes etapas y va camino de la tercera. Montserrat Quesada ha analizado los tres tipos de fuentes diferentes que podrían establecerse conforme a los niveles de desarrollo de la Web: a) Los portales especializados, que constituyen las puertas de entrada a Internet para acceder a un conjunto heterogéneo de servicios y de información; b) La Web 2.0, donde los usuarios intercambian información y controlan sus datos, utilizando la inteligencia colectiva; c) La Web semántica, que está en construcción y pretende combinar la inclusión de contenidos semánticos en las páginas Web con el uso de inteligencia artificial (Quesada, 2010: 157).

Hada Sánchez y Noelia García introducen el factor de la emotividad como parte importante de la inteligencia colectiva de los usuarios de las nuevas plataformas colectivas:

“Creemos que la información que recorre por estas plataformas virtuales considera la inteligencia colectiva de los usuarios y, con ello, un alto grado de emotividad. Depende de las conexiones que seamos capaces de construir en la red de redes en el sentido de pertenencia a una comunidad donde existe la identificación y cercanía. Comunicación multidireccional que responde a los intereses de los usuarios” (Sánchez y García, 2010: 378).

En el caso del 15-M español, Beatriz Calvo afirma de manera taxativa que los ciudadanos que enviaban sus tuits o los “retuiteaban” desde las concentraciones en las distintas ciudades se convirtieron en “el primer informador fiable para la ciudadanía”:

[...] el ciudadano anónimo que a pie de calle captaba la imagen del día o generaba el “tuit retuiteable” y la reflexión brillante, ha pasado a convertirse en el primer informador fiable para la ciudadanía [...] por primera vez en la historia de España, los ciudadanos estaban más pendientes de lo que decían los ciudadanos-informadores en las redes sociales que en los medios de comunicación tradicionales”. (Calvo, 2011).

Según Calvo Peña, si bien en un primer momento se fraguó como un “movimiento en la red social Facebook”, enseguida pasó a convertirse en un tema de discusión prioritario en Twitter (trending topic). Durante los meses de mayo y junio de 2011 se llegó incluso a crear N-1 como una red social propia para informar y organizar las movilizaciones.

#### 4. El 15M como puesta de largo de las redes sociales en el Periodismo Español (casi 600.000 mensajes en un mes)

Entre el 25 de abril y el 26 de mayo de 2011, circularon en España 581.749 mensajes relacionados con el movimiento 15-M que fueron enviados por 87.569 usuarios, según un estudio realizado por el Instituto de Biocomputación de la Universidad de Zaragoza (BIFI) y la empresa Cierzo Development. El trabajo, titulado “Estudio sobre el 15M en las redes sociales”, rastreó todos los mensajes que contenían al menos una de las 70 palabras clave o *hashtags* relacionadas con el movimiento 15-M. De entre los *hashtags* analizados, los siete que más veces aparecen en el cibertráfico son los siguientes:

Tabla 1. Los principales *hashtags* del 15-M. Fuente: BIFI

Los siete <i>hashtags</i> más difundidos	Núm. de apariciones
#acampadasol	189.251
#spanishrevolution	158.487
#nolesvotes	66.329
#15m	65.962
#nonosvamos	55.245
#democraciarealya	47.463
#notenemosmiedo	32.586
TOTAL	614.548 (71%)
Total de <i>hashtags</i> emitidos: 70	861.165

Como puede observarse en la tabla, las siete palabras clave más repetidas sumaron 614.548 apariciones (el 71 por ciento del total). Según el BIFI de la Universidad de Zaragoza, durante el citado periodo los 70 *hashtags* totalizaron 861.165 apariciones.

Debe destacarse que el trabajo de campo, presentado en Internet con un atractivo vídeo, se realizó durante las tres semanas previas a la multitudinaria manifestación del 15 de mayo de 2011 en Madrid (que culminó con la acampada en la Puerta del Sol) y terminó el 26 de mayo, cuatro días después de las elecciones autonómicas y municipales. Durante este lapso de tiempo se pueden establecer dos periodos claramente diferenciados. En el primero se produjeron contactos a través de la Red, no muy numerosos en un principio (algo más de 2.000 usuarios), pero que fueron incrementándose a medida que avanzaban los días hasta la convocatoria de la manifestación madrileña.

En el segundo periodo, tras la manifestación y con la acampada ya en fase de estabilización, el cibertráfico aumentó exponencialmente, sobre todo en los momentos de mayor tensión, por ejemplo cuando la policía intentó disolver la concentración de Sol. Como se recordará, posteriormente también hubo fuertes tensiones ante las dudas legales sobre la permanencia de los concentrados durante la jornada de reflexión del 21 de mayo. Es posible que, hasta el mes de julio, el cruce de mensajes en la Red fuera incrementándose, aunque esta actividad posterior ya no está recogida en el trabajo. Los autores del estudio del BIFI resaltan:

“Conforme el impacto del movimiento 15M aumentaba, nuevos usuarios intercambiaron mensajes con usuarios de la red y casi siempre lo hicieron hacia los nodos más relevantes. De esta forma, las personas afines a los mismos usuarios relevantes se fueron agrupando con el tiempo y dentro de la red se han creado de forma cohesiva varias comunidades” (BIFI, 2011).

Marcos Piñeiro, de Concepto05, también hacía una evaluación del periodo anterior a la movilización, aunque referida sólo al hashtag #nolesvotes. Durante el mes de abril #nolesvotes había llegado a los 66.784 tuits. Poco después alcanzaba los 100.000, publicados por 13.559 usuarios. El estudio de Piñeiro anticipaba incluso, que a medida que el movimiento fuese extendiéndose por toda España, #nolesvotes se vería superado muy pronto por #democraciarealya y #15m.

Poco después de la manifestación de la Puerta del Sol de Madrid, José Luis Orihuela resumía en su blog *eCuaderno* la influencia del movimiento en la actividad de las redes sociales:

“Pues bien, en plena campaña de las Elecciones Locales 2011 y por si todavía quedaba algún político, algún partido, algún periodista o algún medio que no estuviera escuchando la conversación en las redes sociales, la gente de las redes ha salido a la calle. Las protestas ciudadanas que han tenido lugar en varias ciudades españolas desde el 15 de mayo y que se extenderán como mínimo hasta el 22 de mayo, día de las elecciones, constituyen de momento una elocuente reivindicación de una agenda social que la clase política estaba (y sigue) ignorando olímpicamente durante la campaña. En España está ocurriendo algo grande, aunque todavía no sabemos qué es, ni cómo se canalizará” (Orihuela, 2011).

A estas alturas en que se ha comprobado que las Redes Sociales pueden desempeñar un papel destacado en los cambios de poder, resulta interesante observar, aunque sea brevemente, cual es la importancia de la Red para establecer los mecanismos de

poder. El profesor Manuel Castells asegura que “el poder en la sociedad de la Red es ejercido a través de redes”. Concretamente, establece cuatro formas diferentes de poder bajo las siguientes condiciones sociales y tecnológicas:

1. Networking Power: es el poder de las personas y las organizaciones que forman parte de las redes y que constituyen el núcleo de la red global, en los grupos humanos y en las personas que no están incluidas en estas redes globales.

2. Network Power: es el poder resultante de los estándares requeridos para coordinar las relaciones sociales en las redes. En este caso, el poder es ejercido no por la exclusión de las redes, sino por la imposición de papeles de inclusión.

3. Networked Power: el poder de los actores sociales sobre otros actores sociales en la Red. Las formas y los procesos de este tipo de poder son específicos en cada red social.

4. Network-making Power: el poder para programar redes específicas de acuerdo con los intereses y los valores de los propios programadores y el poder para conectar diferentes redes siguiendo las alianzas estratégicas entre los actores dominantes de diferentes redes. (Castells, 2009: 79)

### 5. Resultados cuantitativos de la encuesta a periodistas españoles sobre el uso de redes sociales como fuentes informativas en las revoluciones socio-políticas de 2011

El objetivo de esta encuesta era averiguar qué uso hacen los periodistas españoles especializados en Información Nacional e Internacional, así como el grado de fiabilidad que les ofrecen las nuevas fuentes del Ciberespacio. Para ello se envió un cuestionario a una cincuentena de periodistas, de los que respondieron 24.

Tabla 2. Encuesta a periodistas sobre uso de Redes Sociales  
Elaboración propia

<b>1. ¿Utiliza o ha utilizado las Redes Sociales 2.0 como fuentes informativas?</b>	
a. Sí: 22 (91,66%)	
b. No: 2 (8,33%)	
<b>2. En caso afirmativo ¿Cuáles son las que utiliza preferentemente?</b>	
a. Twitter.....	16 (66,66%)
b. Facebook.....	2 (8,33%)
c. Ambas.....	4 (16,66%)
d. Otras (especifique alguna por favor).....	0
NS/NC.....	2(8,33%)
<b>3. ¿Por qué emplea estas redes como fuente? (46 respuestas)</b>	
a. Dificultad de desplazamiento al lugar de la noticia.....	8 (17,39%)
b. Posibilidad de salvar obstáculos donde hay dictaduras.....	8 (17,39%)
c. Pretensión de ampliar el número propio de fuentes.....	14 (30,43%)
d. Las utiliza incluso en el lugar de la noticia.....	8 (17,39%)
e. Otros motivos (especifique alguno por favor).....	6 (13,04%)
NS/NC.....	4 (4,34%)
<b>4. ¿Cómo ha llegado a esas fuentes? (28 Respuestas)</b>	
a. Navegando por la red.....	14 (50,00%)
b. Le enviaron la dirección desde las propias fuentes.....	0
c. Se la recomendó algún colega.....	10 (35,71%)

<p><b>5. Grado de confianza que le merecen ¿Le resultan suficientemente fiables esas nuevas fuentes o constituyen un simple complemento? (26 Respuestas)</b></p>	
a. Son suficientemente fiables.....	4 (15,38%)
b. Son un complemento, sus datos deben ser confirmados.....	22 (84,61%)
<p><b>6. ¿Qué métodos de verificación ha seguido para comprobar la fiabilidad de esas fuentes? (40 Respuestas)</b></p>	
a. Observación de su comportamiento neutral o no partidista:	8 (20%)
b. Comparación previa a la publicación entre lo que afirmaban esas redes y lo que ocurrió después:	22 (55%)
c. Comentarios entre colegas de profesión:	8 (20%)
d. Otros (especifique alguno por favor):	2 (5%)
<p><b>7. ¿Le importaría citar algunas de las direcciones que ha utilizado como fuentes para realizar sus informaciones?</b></p>	
- No contesta.....	18 (75%)
- Alusiones generales sin direcciones concretas.....	6 (25%)
<p><b>8. ¿Cuál es el volumen que ocupan las informaciones de esas nuevas fuentes en sus trabajos periodísticos?</b></p>	
a. Muy grande.....	0
b. Elevado.....	0
c. Mediano.....	8 (33,33%)
d. Pequeño.....	11 (45,83%)
e. Inapreciable.....	5 (20,83%)
<p><b>9. Hasta ahora siempre se han citado dos categorías de fuentes informativas: humanas y documentales</b></p>	
<p>I ¿Cree que estamos ante una tercera categoría?</p>	
a. Sí.....	4 (16,66%)
b. No.....	20 (83,33%)
<p>II. En caso afirmativo ¿Cuál cree que debería ser el nombre de esa nueva categoría?</p>	
<p>Contestan: 3 (75% de los 4 posibles)</p>	

**6. Comentario de los resultados de la encuesta**

I. En la primera pregunta (¿Utiliza o ha utilizado las Redes Sociales 2.0 como fuentes informativas?) destaca la abrumadora mayoría de periodistas consultados, el 91,66%, que afirman utilizar las Redes Sociales 2.0 como fuentes informativas, aunque a medida que avance el análisis del cuestionario podremos observar los matices que se producen en determinados puntos considerados importantes. Tan sólo dos de las personas consultadas aseguraron que no empleaban las citadas redes sociales como fuentes.

II. La segunda pregunta (En caso afirmativo ¿Cuáles son las que utiliza preferentemente?) también resulta muy significativa porque revela que Twitter monopoliza prácticamente el tráfico de las noticias emitidas por las “ciberfuentes. El 66,66 por ciento se sirve de Twitter en exclusiva. Sólo dos personas –el 8,33%- utilizan únicamente Facebook como canal para recibir informaciones de las fuentes, mientras que otras cuatro personas (16,66%) emplean las dos.

III. En la tercera pregunta (¿Por qué emplea estas redes como fuente?) se produjo una gran variedad de respuestas, contabilizando hasta 46. Como se ha indicado ante-

riormente, todas las respuestas correspondían a los 24 participantes en la encuesta, pero cada uno optó por dar varias.

- a. La opción C (Pretensión de ampliar el número propio de fuentes) fue la que obtuvo un mayor respaldo con el 30,43%. Lo que viene a confirmar la tesis de que los periodistas han visto en las RRSS 2.0 la oportunidad de acceder a un mayor número de fuentes informativas, como ya lo hicieron en su día cuando aparecieron las web en Internet. Y lo mismo ocurrió en los “remotos tiempos” (desde la acelerada perspectiva actual) con el uso del teléfono, primero fijo y más tarde móvil. No obstante, esta respuesta hay que ponerla en relación con la pregunta número 5 (Grado de confianza de las nuevas fuentes), la número 6 (Sistemas de verificación de las informaciones) y la número 8 (Volumen que ocupan esas informaciones en los trabajos periodísticos).
- b. También es interesante que la “dificultad de desplazamiento al lugar de la noticia” (opción A), la “posibilidad de salvar obstáculos en lugares donde hay dictaduras” (opción B) y la utilización de las mismas incluso “cuando está en el lugar de la noticia” (opción D) hayan sido citadas cada una por el 17,39% de los participantes. Es decir, las Redes Sociales 2.0 permiten a los periodistas llegar a lugares de difícil acceso, debido por una parte al coste en plena crisis económica y por otra a las dictaduras que en algunos países prohíben la entrada de periodistas. Tampoco es desdeñable el dato de que incluso cuando el periodista se encuentra en el lugar de la noticia sigue utilizando Twitter como fuente informativa.
- c. Y a este respecto, conviene anotar el comentario dejado por uno de los participantes en la opción E, otros motivos, cuando asegura que también sigue los tuits de otros colegas con acreditada solvencia profesional, no como fuente informativa directa sino como una primera orientación en los casos en los que no se encuentra presente. Este sistema responde al apoyo mutuo que se prestan los profesionales cuando existe buena relación entre compañeros.

IV. La mayoría de los periodistas que usan las RRSS 2.0 (53,84%) han llegado a esas fuentes navegando por la red (opción A), según consta en la cuarta pregunta. Otro grupo importante (el 38,46%) tuvo conocimiento a través de algún colega (opción C). Por el contrario, ninguno parece utilizar direcciones enviadas desde las propias fuentes (opción B).

V. La quinta pregunta (Grado de confianza que le merecen ¿Le resultan suficientemente fiables esas nuevas fuentes o constituyen un simple complemento?) contiene posiblemente la clave de toda la encuesta o al menos es una de las más importantes. Aunque cuatro de los profesionales respondieron las dos opciones A y B (algo aparentemente contradictorio) la inmensa mayoría (84,61%) se decantó por la B, dejando claro que las nuevas fuentes sólo son un complemento que adelanta datos que deben ser confirmados. Una periodista de radio añadió el comentario de que los modernos tuits equivalen “a las llamadas telefónicas de los oyentes” alertando de un accidente, un atentado u otro hecho de la calle: “este tipo de noticias que proporcionan los ciudadanos anónimos nunca se emiten hasta que no se confirman con la policía o con fuentes solventes”, aseguró.

- a. En vista de este comentario y de la concepción de las ciberfuentes como un simple complemento que debe ser confirmado, parece claro que los profesionales del Periodismo continúan observando las más elementales normas de precaución, independientemente de cuál sea el origen de la noticia.

VI. Por ello, la sexta pregunta (¿Qué métodos de verificación ha seguido para comprobar la fiabilidad de esas fuentes?) va íntimamente ligada con la anterior y recibió 40 respuestas. Varios encuestados marcaron más de una opción. Sin embargo, la mayoría (55%) afirmaron que su sistema de verificación principal es el que representa la opción B (Comparación previa a cualquier publicación entre lo que afirmaban esas redes y lo que ocurrió después). Las opciones A (Observación de su comportamiento neutral o no partidista) y C (Comentarios entre colegas de profesión) fueron respaldadas por el veinte por ciento de las respuestas. Y de nuevo en el caso de la opción C nos encontramos con que el clima de buen compañerismo ayuda en la toma de decisiones.

VII. La séptima pregunta “¿Le importaría citar algunas de las direcciones que ha utilizado como fuentes para realizar sus informaciones?” registró una actitud casi unánime. El 75 por ciento de los encuestados dejaron en blanco este apartado y sólo el 25 por ciento hicieron vagas alusiones a *medios informativos, organismos, otras fuentes, Wikipedia, Google, portales temáticos, etc.* Es decir, todos los subterfugios que habitualmente emplean los periodistas cuando quieren proteger a sus fuentes. Esto podría demostrar que aunque los profesionales de la información consideren que las Redes Sociales 2.0 sólo son “fuentes informativas complementarias o de segundo orden”, en la práctica tratan de guardarlas y sólo se las ofrecen a los amigos.

VIII. También son muy importantes las respuestas a la octava pregunta “¿Cuál es el volumen que ocupan las informaciones de esas nuevas fuentes en sus trabajos periodísticos?” porque confirman de manera fehaciente lo que se exponía en la pregunta 5 respecto al grado de confianza que merecen las Redes Sociales a los profesionales. El planteamiento parece bien sencillo: cuando una fuente sólo merece el calificativo de complementaria difícilmente puede ser protagonista de una información. Ninguno de los periodistas declaró que las informaciones facilitadas por esas fuentes ocupara un volumen “Muy grande” o ni tan siquiera “Elevado”. Por el contrario, el 45,83% se decantó por la opción D (volumen Pequeño), seguida de la opción C (volumen Medio) con un 33,33% de los participantes. Un 20,83% aseguró que el volumen ocupado por esas informaciones era Inapreciable (opción E).

IX. La última pregunta planteaba a los periodistas la posibilidad de que con las Redes Sociales hubiese nacido una tercera categoría de fuentes informativas distinta de las conocidas como Humanas y Documentales.

- a. El 83,33% rechazó la idea de una tercera categoría de fuentes y sólo el 16,66% (cuatro personas) se mostró de acuerdo con la posibilidad.
- b. Sin embargo, cuando se les sugirió que planteasen un nombre para esa posible “tercera vía”, de los cuatro partidarios de la tercera categoría, sólo tres aportaron una denominación nueva:

Fuentes interactivas  
 Fuentes testimoniales  
 Fuentes documentales digitales

## 7. Conclusiones

Las conclusiones de este artículo responden a dos categorías. Por un lado, las referidas al surgimiento y funcionamiento de las Redes Sociales 2.0 y por otro las que se pueden extraer de la encuesta entre periodistas. En el primer caso tenemos las siguientes conclusiones:

- Las RRSS 2.0 han desbordado el estrecho ámbito del círculo de amigos y familiares y se han convertido desde hace tiempo en un arma propagandística y de difusión de las ideas con una clara vertiente política, pero también pueden tener aspectos comerciales o de marketing.
- Las revoluciones árabes de 2011 y el movimiento español globalizado 15M demostraron en su momento la importancia de las Redes Sociales en las tendencias sociales de estos comienzos del siglo XXI, porque resultaron muy eficaces para que los manifestantes pudieran establecer contacto entre sí.
- En sólo un mes (finales de abril y finales de mayo de 2011) se cruzaron casi 600.000 mensajes en Twitter con *hashtags* o etiquetas relacionadas con el 15M.
- Se ha comprobado que los periodistas utilizan las Redes Sociales como fuentes informativas. Un papel para el que seguramente no fueron ideadas en un principio, pero que ha sido adaptado rápidamente tanto por los profesionales del periodismo como por los emisores de mensajes. Los periodistas reciben mensajes de carácter primario sobre todo a través de Twitter y de Facebook.
- Los organismos oficiales, los partidos políticos, los sindicatos -y también las empresas privadas y entidades cívicas- han comprendido la utilidad de las RRSS como fuente primaria y envían sus tuits como “alertas” para los periodistas. Al provenir de fuentes oficiales contrastadas, estos premensajes tienen suficiente credibilidad entre los profesionales. El desafío en este trabajo era comprobar si los tuits de las fuentes no oficiales (o no convencionales) tenían la misma credibilidad.

La credibilidad de los tuits como fuentes fue investigada mediante la encuesta entre periodistas de cuyos resultados se extraen las siguientes conclusiones:

- La gran mayoría de los consultados (91,66%) utiliza o ha utilizado las Redes Sociales 2.0 como fuentes informativas y lo hizo especialmente para las noticias relacionadas con las revoluciones árabes (Túnez, Egipto y Libia) y el movimiento 15M de España.
- Predominantemente usan Twitter y son muy pocos (8,33%) lo que prefieren Facebook.
- Los motivos por los que acuden a las Redes Sociales son en primer lugar la pretensión de ampliar el número propio de fuentes (30,43%), seguido de la dificultad de desplazamiento y la posibilidad de salvar obstáculos políticos en lugares donde hay dictaduras.

- La mayoría de los periodistas afirma que tuvieron conocimiento de las fuentes navegando por la red (53,84%). Otro grupo asegura que se la recomendó un colega (38,46%). Ninguno declaró que las direcciones de Twitter o Facebook se las hubieran enviado las propias fuentes.
- A pesar de que casi todos utilizan las nuevas ciberfuentes, la mayoría sólo les concede un carácter complementario como avance de datos que deben ser confirmados (84,61%)
- La mayoría (55%) ha utilizado la comparación previa a cualquier publicación como método de verificación de las informaciones aportadas por las ciberfuentes.
- Aunque las consideren fuentes “complementarias” o “secundarias”, ninguno de los periodistas participantes en la encuesta accedió a dar direcciones concretas de esas fuentes.
- El ciento por ciento de las personas que contestaron a las preguntas aseguró que el volumen que ocupan las informaciones que proceden de las RR.SS. es Mediano (33,33%), Pequeño (45,83%) o Inapreciable (20,83%).
- Finalmente, son muy pocos los consultados que consideran que la aparición de estas *ciberfuentes* suponga el nacimiento de una tercera categoría de las fuentes informativas (humanas y documentales).

Como se ha visto en la cuantificación de las respuestas, la gran mayoría de los periodistas consultados mantienen bastantes reservas sobre las fuentes de Twitter y sólo las utilizan como complemento. También se ha constatado en la encuesta que se sigue utilizando el tradicional sistema de verificación de las fuentes espontáneas. Esto es, el contraste de los premensajes con otras fuentes veraces y de confianza.

Convendría pensar en establecer algunos criterios objetivos y genéricos que, dentro de la dificultad que entrañan las características de los tuits, sirvan para determinar la validez de Twitter como fuente para la información periodística.

## 7. Referencias bibliográficas

- CALVO, Beatriz (2012): “El uso de las redes sociales por parte del movimiento 15M: Antecedentes y marco teórico”, en *TecCom Studies. Estudios de Tecnología y Comunicación*: <http://teccomstudies.com/articulos/file/72-el-uso-de-las-redes-sociales-por-parte-del-movimiento-15m-antecedentes-y-marco-teorico?start=20> [fecha de consulta: 7 de septiembre de 2014], pp. 347-357.
- CANDÓN, José (2012): “La batalla de la agenda: De las redes sociales a la agenda mediática, política y electoral”, en *TecCom Studies. Estudios de Tecnología y Comunicación*: [file:///C:/Users/MANUEL/Downloads/2012-23josecandonmena%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/MANUEL/Downloads/2012-23josecandonmena%20(1).pdf) [fecha de consulta: 4 de septiembre de 2014], pp. 217-227.
- CASTELLS, Manuel (2009): *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza Editorial.
- CHIMENO, Serafín (2010): “Los blogs temáticos como fuente de información periodística especializada”, en QUESADA, Montserrat: *Internet como fuente generadora de contenidos especializados*. Barcelona, Instituto de Estudios de Comunicación Especializada pp. 224-234.

- FLORES, Jesús (2011): *Reinventar el Periodismo y los Medios*. Madrid, Fragua.
- GONZÁLEZ, Patricia (2011): “El papel de los Warblogs en la cobertura de conflictos”, en *Actas del IV Congreso de Periodismo en Red*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- INSTITUTO DE BIOCOPUTACIÓN Y FÍSICA DE SISTEMAS COMPLEJOS (BIFI) Y CIERZO DEVELOPMENT (2011): “15M”, en <http://15m.bifi.es/index.php> [fecha última consulta: 24 de junio de 2014]
- ORIHUELA, José Luis: “España ya tiene su revolución”, en: <http://www.ecuaderno.com/2011/05/18/espana-ya-tiene-su-revolucion/> [fecha de consulta: 21 de diciembre de 2011]
- PAPACHARISSI, Zizi (2009): “The Citizen is the Message. Alternative Modes of Civic Engagement”, en PAPACHARISSI, Zizi: *Journalism and Citizenship*. New York, Routledge, pp. 29-43.
- PIÑEIRO, Marcos (2011): “Análisis e infografía de #NoLesVotes y el movimiento #DemocraciaRealYa”, en: [http://www.concepto05.com/2011/05/analisis\\_infografia\\_nolesvotes\\_movimiento\\_democraciarealya/](http://www.concepto05.com/2011/05/analisis_infografia_nolesvotes_movimiento_democraciarealya/) [fecha de consulta: 21 de diciembre de 2011]
- QUESADA, Montserrat (2010): “Fuentes digitales especializadas en contenidos de calidad”, en QUESADA, Montserrat: *Internet como fuente generadora de contenidos especializados*. Barcelona, Instituto de Estudios de Comunicación Especializada, pp. 144-162.
- RAMÓN, Manuel de (2012): “Las Redes Sociales 2.0 como fuentes informativas en las revoluciones y movimientos populares de 2011 (Túnez, Egipto y 15-M). Resultados de la Encuesta a Periodistas Españoles”, en *TecCom Studies. Estudios de Tecnología y Comunicación*: file: <http://www.teccomstudies.com/articulos/file/74-las-redes-sociales-20-como-fuentes-informativas-en-las-revoluciones-y-movimientos-populares-de-2011-tunez-egipto-y-15-m-resultados-de-la-encuesta-a-periodistas-espanoles?start=20> [fecha de consulta: 22 de mayo de 2014], pp. 367-375.
- SÁNCHEZ, Hada y GARCÍA, Noelia (2010): “Las redes sociales, la información emotiva y la participación especializada”, en *Internet como fuente generadora de contenidos especializados*. Barcelona, Instituto de Estudios de Comunicación Especializada, pp. 371-387.
- VAN DER HENST, Christian: “¿Qué es la Web 2.0”, en *Maestros del Web*: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2/> [fecha de consulta: 12 de diciembre de 2011]