

## **Ética en la comunidad blogger: una reflexión a partir de la información difundida del atentado terrorista de París en 2015**

### **Ethics in the Blogger Community: A Reflection from the Information Disseminated Terrorist Attack in Paris in 2015**

**Juliana Colussi Ribeiro (Brasil)**

**Universidade Estadual de Ponta Grossa**

**[julianacolussi@gmail.com](mailto:julianacolussi@gmail.com)**

*Fecha de recepción: 9 de enero de 2016*

*Fecha de recepción evaluador: 25 de febrero de 2016*

*Fecha de recepción corrección: 20 de marzo de 2016*

#### **Resumen**

Este artículo propone un debate acerca de la ética en la comunidad blogger, en la que también se incluyen los usuarios de Twitter. En primer lugar se hace una revisión bibliográfica que relaciona cuestiones del periodismo colaborativo con la ética en la comunidad blogger. Se realiza un estudio de caso de reportajes del periódico portugués *Diário de Notícias* y del español *La Vanguardia* sobre las falsas informaciones de los atentados terroristas que tuvieron lugar en París difundidas principalmente a través de la publicación de tweets. Específicamente en este caso falta transparencia y exactitud de los ciudadanos al publicar datos falsos o rumores en situaciones trágicas como los atentados terroristas. Se hace fundamental el debate sobre ética, sobre todo porque en situaciones como esa los ciudadanos que están en el lugar de los hechos se convierten en la principal fuente de información para la sociedad y los medios de comunicación.

**Palabras clave:** Comunidad blogger, Ética, Twitter, Atentado terrorista, París.

#### **Abstract**

This article proposes a debate about ethics in the blogger community, in which Twitter users are also included. First a literature review is done relating issues of collaborative journalism with ethics in the blogger community does. A case study of reports Portuguese newspaper *Diário de Notícias* and Spanish *La Vanguardia* about

misinformation at the terrorist attacks that took place in Paris spreaded primarily through the publication of tweets. Specifically in this case a lack of transparency and accuracy of the citizens by publishing false information or rumors in tragic situations such as terrorist attacks. Therefore, it is essential the debate on ethics, especially because in situations like that citizens who are on the scene become the main source of information for society and the media.

**Keywords:** Blogger community, Ethics, Twitter, Terrorist attack, Paris.

## Introducción

El objetivo de este artículo es promover un debate acerca de la ética en la comunidad blogger. En primer lugar conviene delimitar qué se entiende por comunidad blogger. En la presente reflexión se ha considerado los usuarios que publican en blogs y plataformas de microblog, como Twitter. No obstante no se trata de discutir los preceptos éticos oriundos de la filosofía.

El *blogging* es una de las actividades primarias de la web. Los weblogs nacieron del espíritu cultivado por Berners-Lee en Internet. La conversación y el intercambio de informaciones en la Red – la esencia de los blogs – comenzó en el inicio de la década de 1990 con la contribución de programadores e ingenieros en la construcción de la web (Berners-Lee, 2000). De acuerdo con la historia de la blogosfera no se sabe exactamente cuál fue el primer blog; sin embargo hay un cierto consenso de que Berners-Lee comenzó el movimiento de los blogs al editar *What's New in '92*<sup>1</sup> (Winer, 2001; Amartino, 2003; Paquet, 2003).

La popularización de los blogs empezó en 1999 con la creación de los primeros sistemas de gestión de contenidos (CMS). A través de esa plataforma y otros recursos que surgieron en seguida, cualquier usuario con acceso a Internet podía escribir y mantener un blog. Por requerir pocos conocimientos técnicos de los usuarios, estas herramientas estimularon la práctica del *blogging*, conllevando al crecimiento progresivo del número de bitácoras (Paquet, 2003). Sin embargo, el boom de los blogs ocurrió en 2001, tras el ataque del 11 de septiembre contra el Pentágono y el *World Trade Center*, en Nueva York. El gran número de sitios que publicaban imágenes e informaciones explotaron en la Red. (Blood, 2002).

Además los blogs ganaron protagonismo durante la cobertura de la Guerra de Irak. Los warblogs eran escritos tanto por ciudadanos iraquíes y militares americanos como por corresponsales. A partir de ese momento los blogs de guerra empiezan a influenciar la práctica periodística (Recuero, 2003). En ese periodo surge la blogosfera 2.0 que se caracteriza por bitácoras que abandonan el formato puramente textual e incorporan imágenes y audio (Orihuela, 2006). De ahí, se originaron nuevos tipos de blogs<sup>2</sup>, incluyendo los vlogs, audioblogs y moblogs.

La comercialización y la profesionalización de los blogs constituyen el eje de la llamada blogosfera 3.0. Fue cuando los medios de comunicación visionaron definitivamente la posibilidad de insertar los blogs en su plataforma de edición digital (Palomo, 2007). A partir de 2008, los blogs se dirigen hacia una nueva fase en la cual se incluye la práctica del *microblogging*, mediante el uso de Twitter<sup>3</sup>.

La influencia de Twitter en la actualidad puede ser medida, por ejemplo, durante la cobertura del atentado terrorista que tuvo lugar el 13 de noviembre de 2015 en París. Gran parte de la prensa mundial, incluyendo a *Le Monde*, seguía sobre todo lo que se publicaba en la red de *microblogging*. De ahí la importancia de debatir acerca de la ética en la comunidad blogger, que es el objetivo principal de este trabajo.

### **Metodología**

El diseño metodológico de este estudio contempla el uso de una técnica de documentación indirecta (bibliografía), la observación directa y el estudio de caso. La revisión bibliográfica estructura el marco teórico del presente artículo que relaciona aspectos históricos de los blogs con cuestiones acerca del periodismo colaborativo y la ética en la comunidad blogger.

Como parte de la investigación de campo, se ha realizado una observación directa, de acuerdo con la acepción de Marconi y Lakatos (2006). Se llevó a cabo la observación y el estudio de caso de la cobertura del ataque terrorista que tuvo lugar en París el 13 de noviembre de 2015. El análisis de este material se justifica porque en el día de la tragedia la mayoría de los medios de comunicación, inclusive *Le Monde*, basaron sus coberturas en informaciones publicadas por usuarios de Twitter y videos subidos a YouTube por ciudadanos, ya que los corresponsales no estaban en el lugar de los hechos en el instante de los ataques. Posteriormente se constató que parte de lo que se tuiteaba no era verídico.

Por tanto, el análisis se basa en reportajes del periódico portugués *Diário de Notícias* y del español *La Vanguardia*, en las que ambos periódicos comprueban que la información ofrecida inicialmente por los usuarios principalmente vía Twitter no correspondía a la realidad del momento. La consecuencia: muchos medios publicaron noticias de última hora siguiendo a los tweets. Aunque los usuarios de la plataforma de *microblogging* sean responsables por lo que divulgan, eso no quita la responsabilidad primordial de los medios de comunicación de contrastar las fuentes y verificar la información antes de publicarla, conforme recomiendan Kovach y Rosenstiel (2003).

### **Principios éticos en la comunidad blogger**

Miembros de una comunidad creciente, los blogueros tienen una especie de guía de normas éticas (*netiqueta*) que, a pesar de no estar determinada formalmente, ha surgido desde la práctica blogger. Para Blood (2002), la ética da comunidad blogger se basa en seis principios:

### **Publicar solo hechos ciertos**

Los blogueros deben estar atentos y reconocer las especulaciones para evitar la divulgación de temas dudosos. La autora recomienda la publicación solo de hechos ciertos. En casos de dudas de la veracidad de una información, no habría que utilizarla. En el caso de publicarla, es imprescindible comentar las reservas sobre el mismo. Según Blood, hay que tener en cuenta que, en Internet, todo puede ser archivado. Por tanto, algo escrito hace años puede ser releído cuando los usuarios deseen. No obstante, se tiene conocimiento de blogs y sites en los que se publican noticias falsas o satíricas, como es el caso de *El Mundo Today*<sup>4</sup>. La diferencia es que el público sabe que está consumiendo noticias satíricas.

### **De existir material online, incluir el enlace correspondiente**

Crear vínculos con otros documentos permite que los lectores comprueben la exactitud de las informaciones de una entrada. Así, los usuarios tienen acceso a las fuentes de información, además de crear una red de información y conocimiento. La práctica de publicar los enlaces correspondientes está relacionada con la transparencia de los blogueros dentro de su comunidad. Esta es una de las máximas de la cultura blogger

### **Escribir sobre los errores cometidos en el blog**

En casos de averiguar la publicación de datos falsos, hay que reconocerlo cuanto antes y ofrecer la información fidedigna a los lectores.

### **Añadir información a un *post* anterior, pero nunca borrar una entrada**

Se acrecientan anotaciones a una entrada publicada anteriormente, pero no se borra ni se rescribe. Borrar una información o modificarla desvirtúan la esencia de la red. Los errores se corrigen con una nueva entrada, añadiendo una explicación sobre el motivo de la modificación. En el ciberespacio es posible borrar o cambiar una información, pero no siempre es una práctica correcta. Cuando se descubre un error, la mejor forma de corregirlo es informar los lectores sobre el equívoco, divulgando una errata en el mismo espacio. La excepción a la regla, conforme Blood, sería en casos de información confidencial o cuando se revela un secreto extremadamente importante. En este caso, se podría borrar el *post*, pero informando de lo ocurrido.

### **Mantener los lectores informados sobre los conflictos en el blog**

La relación entre los blogueros suele construirse con base en la confianza y transparencia. Por lo tanto, siempre que se considere oportuno sería conveniente informar sobre problemas, beneficios y otras situaciones que se refieren al blog. Los lectores que acompañan la bitácora tienen derecho de acceder a las opiniones publicadas, aunque estas sean partidarias o condicionadas por algún interés especial. Así, los usuarios pueden evaluar las circunstancias de acuerdo con lo que está leyendo.

## Mencionar fuentes cuestionables y partidistas

En los casos de que se cita fuentes cuestionables, como por ejemplo en temas acerca de guerras, política y conflictos; hay que informar a los lectores para que puedan ellos mismos juzgar los datos y los hechos.

Preocupados con la falta de normas de conducta en la blogosfera, Reporteros Sin Frontera (RSF) lanzaron en septiembre de 2005 una guía para blogueros ciberdisidentes. Uno de los textos, de autoría de Dan Gillmor (2005) *What ethics should bloggers have?*, propone cinco consideraciones éticas para los blogueros que incluye principios de la ética periodística:

1. Minuciosidad. Significa ir a la raíz, interrogar hasta conseguir que los lectores aporten su contribución al trabajo del bloguero.
2. Exactitud. Se supone que la precisión de los hechos es imprescindible en la blogosfera. En el caso de errores, lo ideal es corregirlo inmediatamente. Si el lector sabe alguna información desconocida por los demás, se le puede invitar a que mantenga al bloguero informado.
3. Imparcialidad. Para ser imparcial, hay que escuchar diferentes opiniones e integrarlas en un mismo trabajo. En la imparcialidad se incluye también la respuesta de personas que creen que estamos equivocados, aunque no estemos de acuerdo con la crítica. Para eso, es necesario dialogar y escuchar.
4. Transparencia. Si se crean enlaces con las fuentes de información en cada entrada de un blog, las afirmaciones se apoyan en hechos y datos concretos. Esta es la recomendación de Gillmor para lograr la transparencia en la blogosfera.
5. Independencia. Cuando se trata de un medio de comunicación que pertenece a un conglomerado mediático, es difícil hablar de independencia en el periodismo. Pero en Internet la situación cambia, basta con editar un blog. En el caso de las bitácoras, quien genera el contenido no tiene que enviarlo para redactores jefes y editores, como ocurre en los medios de comunicación. En el blog se genera el contenido y automáticamente se publica. Aunque ese debate se refiera directamente a las publicaciones en blogs puede ser aplicado a la práctica del *microblogging*, que se hace primordialmente desde Twitter.

Aunque la plataforma de Twitter posee una serie de reglas de uso claramente estipuladas en que se repudia el comportamiento abusivo de los usuarios – cualquier tipo de acoso, ofensa y violencia, no se establecen principios relativos a la transparencia y exactitud de los datos compartidos en la Red<sup>5</sup>. Concretamente en las condiciones de servicio de Twitter, a día de hoy, se define que:

No aprobamos, apoyamos, manifestamos o garantizamos que el Contenido o las comunicaciones realizadas a través de los Servicios sean completos, veraces, precisos ni

fiables, ni aprobamos las opiniones expresadas a través de los Servicios. Usted entiende que el uso de los Servicios puede exponerle a Contenido ofensivo, dañino, erróneo o inapropiado, o en algunos casos, a mensajes etiquetados incorrectamente o engañosos<sup>6</sup> (Twitter, online).

Mediante esa declaración la plataforma se exime de cualquier responsabilidad sobre el contenido publicado en los tweets. Siendo así los usuarios son los únicos y exclusivos responsables por lo que publican. Además no siempre los usuarios de Twitter tienen noción de la dimensión que un tweet puede ganar. Asimismo hay que considerar que existen tuiteros mal intencionados que difunden rumores o informaciones falsas, siendo difícil identificar esos posts; sobre todo en situaciones de emergencia. Dada a la naturaleza de Twitter esos mensajes impactantes llaman la atención de los demás usuarios, que hacen retweet de los mismos. El amplio número de retweets puede conllevar a una verosimilitud ficticia, apropiada posteriormente por los medios de comunicación.

Un artículo sobre ética entre usuarios de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en que Montuschi (2005) debate sobre la cuestión de la responsabilidad moral de los individuos que interactúan en Internet puede ser muy útil para la reflexión propuesta aquí. “La responsabilidad debe ser imputada a personas que ejecutaron ciertas acciones pero que pudieron haber elegido hacer alguna otra cosa y tales acciones fueron llevadas a cabo libremente con voluntad y conocimiento” (2005, p. 22). Siendo así, la responsabilidad por el uso de un determinado sistema, en este caso Twitter, se centra en los seres humanos. En cuanto a la responsabilidad moral, la autora señala que el sentido principal está relacionado con la capacidad individual de tomar decisiones morales o racionales genuinas. “Responsable es entonces un atributo de personas y acciones” (2005, p. 23). Eso significa que el autor de un tweet debería de responsabilizarse por las consecuencias de su acción.

Habría que buscar, entonces, el porqué de estas actitudes antisociales en la sensación de anonimato o en la satisfacción que produce el recibir un retweet (al igual que un MeGusta en Facebook), sensación que se equipara a pulsar el centro del placer en el cerebro<sup>7</sup> - aspecto que no se desarrollará a lo largo de este artículo.

### **Cuestiones sobre la participación de los ciudadanos en los medios**

En una investigación que se basa en la realización de entrevistas y cuestionarios con periodistas de *The Guardian*, Singer (2010) analiza las prácticas éticas y las percepciones de periodistas ingleses sobre la incorporación de los contenidos generados por usuarios. El estudio demuestra que los periodistas británicos adaptaron las prácticas profesionales a las características de Internet. Es decir, tres aspectos propios de la cibercultura están presentes en el cotidiano de los reporteros y editores:

- Inmediatez: las políticas de corrección y edición no sacrifican la velocidad del proceso de generación de contenido;

- Interactividad: más periodistas son accesibles por ejemplo a través del e-mail;
- Interconexiones: los periodistas acostumbran a enlazar el material de origen.

En la primera fase de la blogosfera hechos como la actuación de *The Drudge Report*<sup>8</sup>, que se anticipó a *Newsweek* y fue el primero en publicar los rumores acerca del caso Mónica Lewinski, becaria de la Casa Blanca, y el presidente de Estados Unidos, Bill Clinton (Quadros, 1999); contribuyeron para que los periodistas que trabajan en medios de comunicación de referencia se adaptaran profesionalmente a las características de Internet.

El eje más difícil para el periodista consiste en lidiar con un entorno donde se comparten el espacio y el control, ya que las funciones de productor y consumidor son fluidas e intercambiables<sup>9</sup> (Bruns, 2008; Singer, 2010). Según Singer (2010), la ética periodística ha definido al periodista como un *gatekeeper*<sup>10</sup> del medio, de tal forma que las normas de *gatekeeping* están diseñadas para establecer y mantener la confianza en el profesional y/o institución. Cuando la información fluye en todos los sentidos, se sustituye el *gatekeeper* por un sentido de decisiones (Pena, 2005).

En la Red, los periodistas asumen un papel más amplio de colaboración. Se mantienen los recolectores de información, los verificadores y los intérpretes, pero las tareas se comparten más ampliamente que en el pasado. Lo único que no tiene valor en Internet es el aislamiento.

Conceptos como objetividad y transparencia ganan nuevos sentidos en la práctica periodística. La transparencia pasa a tener un gran potencial en la Red al paso que la objetividad incorpora la ética periodística a su núcleo. Para trabajar en *The Guardian*, por ejemplo, los periodistas siguen normas relativas a la credibilidad, autoridad y precisión.

Los resultados de la investigación apuntan a que los periodistas no se sienten capaces de evaluar la credibilidad del contenido proporcionado por los usuarios. Además, los usuarios plantean desafíos referentes a la autoridad periodística, provocando ataques personales, desacuerdos sobre una determinada opinión y disputas acerca de la información factual. Los periodistas se identifican al publicar una información y eso les hacen responsables sobre el contenido a la vez que los usuarios pueden mantener el anonimato y contribuir en gran medida a la grosería en los comentarios.

En esa investigación, Singer (2010) subraya que la ética periodística no es diferente en la Red. De hecho, señala la necesidad de reforzarla con la verdad y la responsabilidad, enfatizando las normas que fomentan la confianza en cualquier relación entre periodistas e internautas.

Tanto Singer como Gillmor coinciden en que la transparencia y la precisión contribuyen para el desarrollo de la confianza en la relación establecida en la Red, bien

entre bloggers y usuarios o bien entre periodistas y usuarios. Sin colocar usuarios, bloggers y periodistas en pie de igualdad, esas normas éticas pueden servir de base para las prácticas del *blogging*, sea por internautas en general o periodistas-bloggers.

### Estudio de caso: el ataque terrorista en París

El estudio de caso que se presenta aquí se basa en artículos publicados por el periódico portugués *Diário de Notícias* y el español *La Vanguardia*.<sup>11</sup> Ambos diarios hicieron una investigación en la que revelan los datos falsos divulgados por los ciudadanos en Twitter sobre el atentado terrorista que tuvo lugar el 13 de noviembre de 2015 en París. Muchas de las informaciones fueron compartidas en otras redes sociales, como Facebook, e inclusive utilizada en las primeras horas de la cobertura realizada por los medios de comunicación.

La divulgación de informaciones falsas a través de Twitter circulaba tan rápido que la *Préfecture de Police* – la policía francesa – publicó el día siguiente al ataque un tweet pidiendo al público que evitara difundir “información y rumores falsos”, conforme ilustra la figura 1. De acuerdo con *Diário de Notícias*, “algunas informaciones falsas divulgadas durante el sábado, un día después de los ataques en París, fueron compartidas más de diez mil veces, sin que los usuarios supieran que eran falsas” (*Diário de Notícias*, 2015: online)<sup>12</sup>.

Figura 1. Tweet enviado por la policía francesa el 14 de noviembre de 2015.



Una de las informaciones falsas difundidas por usuarios de Twitter está relacionada a dos monumentos: la Torre Eiffel en París y el Empire State Building en Nueva York. Con respecto al primero, el rumor decía que había un apagón en la torre en homenaje a las víctimas de los atentados. El segundo caso se refería a que el monumento estadounidense se había iluminado con los colores de la bandera francesa, como se puede verificar en la figura 2. No obstante, Jean-Bernard Cadier, corresponsal de BMFTV en Nueva York desmintió el rumor publicando una fotografía instantánea del monumento<sup>13</sup>.

**Figura 2.** Tweet en que se divulga la imagen del Empire State Building con los colores de Francia.



La imagen del incendio en un campo de refugiados de Calais, en el norte de Francia, viene acompañada de la falsa causa del accidente. Fue por un problema eléctrico y no un acto de venganza. *Le Monde* verificó que el incendio ocurrido en la noche del 13 de noviembre fue “claramente accidental”. En la figura 3 se ve dos tweets con la información falsa.

**Figura 3.** Tweets con información falsa sobre la causa del incendio en Calais



Otras imágenes falsas, recogidas por usuarios de eventos anteriores y descontextualizadas, también fueron compartidas vía Twitter. Una de ellas corresponde a la fotografía que supuestamente había sido tirada dentro de la casa de espectáculos Bataclan, uno de los locales atacados por los terroristas. Sin embargo en realidad se trata de una foto hecha en Dublín donde los Eagles of Death Metal se presentaron unos días antes (véase figura 4).

**Figura 4.** Esta imagen es del concierto realizado por la banda unos días antes del atentado



Algo similar ocurrió con la imagen que aparece en la figura 5, acompañada de la información de que los alemanes habían salido a la calle en solidaridad a los ciudadanos franceses. En realidad la fotografía corresponde a una manifestación de los alemanes en contra a la inmigración en 2014, conforme publicó Jacques Pezet.

De acuerdo con el artículo de *La Vanguardia*, Francia no había cerrado sus fronteras, como se difundió vía Twitter (véase figura 6). Desde el Palacio del Elíseo, el presidente francés había ordenado el cierre de las fronteras de Francia, con 1.500 militares que reforzarían el dispositivo de seguridad en la capital. “No obstante, tras aprobar las medidas en un consejo de ministros extraordinario, la Presidencia francesa en un comunicado matizó que se trataba de restablecer controles aduaneros, no de impedir el traspaso de las fronteras”, informó el diario español.

Figura 5. Imagen falsa y tweet de Jacques Pezet desmintiendo la información.



De forma similar se difundió a través de un tweet la falsa información de que Bélgica cerraría su frontera con Francia. Según *La Vanguardia* las autoridades belgas habían decidido “introducir controles fronterizos con Francia en carreteras, aeropuertos y estaciones de tren a raíz de los atentados” (*La Vanguardia*, 2015: online). Es decir, habría un control pero los ciudadanos podrían entrar y salir del país.

Los medios de comunicación que divulgaron esas informaciones falsas o rumores acerca de los atentados en París supuestamente tuvieron que retratarse a su audiencia. No hay duda de que las primeras informaciones sobre el acontecimiento llegaban a través de Twitter, sobre todo de personas que estaban en el local y posteaban las novedades de forma instantánea. Siendo así, los medios que se aprovecharon de esos tweets no necesariamente tenían como comprobarlo inmediatamente. En el caso de

publicar una información no verídica tendrían que rectificarla posteriormente, aunque el presente estudio no se haya dedicado a verificar ese aspecto.

### Consideraciones finales

En el entorno del *microblogging* practicado a través de Twitter acerca de los atentados terroristas de París en noviembre de 2015, parte de las informaciones difundidas por los usuarios no seguía los principios éticos de la comunidad blogger, como por ejemplo publicar solo hechos ciertos (Blood, 2002), con exactitud y transparencia (Gillmor, 2005). El tweet publicado por la policía francesa el día siguiente de la tragedia demuestra la preocupación con la cantidad de información falsa o rumores que se estaba compartiendo en la Red.

El estudio de caso de los reportajes de *Diario de Noticias* y *La Vanguardia* revela que las informaciones falsas difundidas por los usuarios presentan características diferenciadas. En cuanto a las imágenes, hubo casos en que se utilizaron software de edición fotográfica para manipular la imagen original e intentar convencer al público. Puede que hay sido el caso de la foto del Empire State Building iluminado con los colores de la bandera de Francia – información desmentida a continuación por un corresponsal francés en Nueva York.

Aún a lo que se refiere a la difusión de imágenes, se verificó la publicación de fotografías descontextualizadas. Tanto la imagen del concierto de los Eagles of Death Metal como la de los alemanes en solidaridad con el pueblo francés fueron sacadas de contexto. Ambas corresponden a otros eventos que no guardan relación con los hechos referentes al día de los ataques terroristas en la capital francesa.

Respecto a los demás datos falsos, se destaca el rumor en torno a la causa del incendio que tuvo lugar en el norte de Francia el mismo día de los ataques terroristas. No se trataba de un acto de venganza como se especuló en Twitter, sino de un accidente como lo confirmó *Le Monde*. La información mal interpretada acerca de las declaraciones del gobierno francés y belga también llevó usuarios a publicaren tweets con información falsa referente al cierre de la frontera en ambos países.

Al considerarse que este estudio trae una muestra poco representativa por tratarse de un estudio de caso muy específico, hay que ponderar el resultado obtenido. Aun así cabe la reflexión con relación a la falta de transparencia y exactitud de los ciudadanos al publicar datos falsos o rumores en situaciones trágicas como los atentados terroristas en París. El debate acerca de la ética es fundamental porque en accidentes y atentados, por ejemplo, los ciudadanos se convierten muchas veces en la principal fuente de información para la sociedad y los medios de comunicación, ya que comparten informaciones desde el lugar de los hechos a través de sus cuentas en Twitter.

Cabe aun recordar las palabras de Gillmor (2005) y Singer (2010) que coinciden en que transparencia y exactitud contribuyen para el desarrollo de la confianza en la relación

establecida en Internet, principios éticos que deberían servir de base para las prácticas del *blogging*. No obstante es difícil que los usuarios de Twitter se amolden a esos principios, sobre todo por la satisfacción que produce el recibir un reconocimiento momentáneo por la difusión de determinados contenidos, sean estos veraces o no.

### Bibliografía

- Amartino, M. (2003). *Breve historia de los weblogs, la ola que le cambió la cara a la Red*, 11 de febrero. Disponible en: <http://weblogs.clarin.com/conexiones/archives/000018.html> [Consultado el 27/04/2010].
- Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo la Red*. Madrid: Siglo Veintiuno.
- Blood, R. "Introduction", en Rodzvilla, J. (2002). *We've got Blog: how weblogs are changing our culture*. Cambridge, Perseus Books Group.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From production to produsage*. New York, Peter Lang.
- Diário de Notícias (2015). "Desinformação: os atropelos à verdade cometidos nas redes sociais". 15 de nov. Disponible en <http://www.dn.pt/mundo/interior/desinformacao-os-atentados-a-verdade-cometidos-nas-redes-sociais--4886331.html> [Consultado el 16/11/2015]
- Gillmor, D. (2005). "What ethics should bloggers have?" en *Reporters without Borders. Handbook for bloggers and cyber-dissidents*, p. 22-25. Disponible en [http://www.rsf.org/IMG/pdf/Bloggers\\_Handbook2.pdf](http://www.rsf.org/IMG/pdf/Bloggers_Handbook2.pdf) [Consultado el 30/10/2011].
- Kovach, B. y Rosentiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: El País.
- La Vanguardia*. (2015). La información falsa del atentado de París. 14 de noviembre, 2015. Disponible en <http://www.lavanguardia.com/internacional/20151114/54439838113/informacion-falsa-atentado-paris.html> [Consultado el 15/11/2015].
- Marconi, M., Lakatos, M. (2004): *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas.
- Montuschi, L. (2005): *Aspectos éticos de las tecnologías de la información y de la comunicación: la ética de la computación, internet y la world wide web*. Buenos Aires: CEMA Working Papers, Serie Documentos de Trabajo, Universidad del CEMA.
- Orihuela, J. L. (2006): *La revolución de los blogs*. Madrid: La Esfera de los libros.

- Palomo, M. (2012) "Periodistas en Internet: blogs en el espacio Iberoamericano", en Fundación Telefónica, *Medios de comunicación: el escenario Iberoamericano*. Madrid, Centro Editor PDA, p. 215-226. Disponible en [http://www.infoamerica.org/primera/anuario\\_medios.pdf](http://www.infoamerica.org/primera/anuario_medios.pdf) [Consultado el 25/09/2012].
- Paquet, S. (2003): "Personal Knowledge Publishing and Its Uses in Research (1/2)", en *National Research Council of Canada*. Disponible en: <http://www.knowledgeboard.com/item/253/2010/5/2008> [Consultado el 24/5/2010].
- Pena, F. (2005): *Teoria do Jornalismo*. São Paulo, Contexto.
- Quadros, C. (1999): "Clinton-Lewinsky: el escándalo que comenzó en la Red", *Revista Latina de Comunicación Social*, 20, La Laguna (Tenerife). Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/cartagena/54cla.htm> [Consultado el 13/10/2010].
- Recuero, R. (2003): *Warblogs: Os Blogs, a Guerra no Iraque e o Jornalismo Online*. Disponible en: <http://pontomidia.com.br/raquel/warblogs.pdf> [Consultado el 05/10/2010].
- Singer, J. "Norms and the network: journalistic ethics in a shared media space", en Meyers, C. (Ed.) (2010): *Journalism ethics: a philosophical approach*. New York: Oxford University Press, p. 117-130.
- Technorati Media. (2013) *2013 Digital Influence Report*. Disponible en <http://technorati.com/wp-content/uploads/2013/06/tm2013DIR1.pdf> [Consultado el 15/6/2014].
- Winer, D. (2009) *The History of Weblogs*. Disponible en: <http://www.userland.com/theHistoryOfWeblogs> [Consultado el 21/3/2009].

## Notas

<sup>1</sup> *What's New in '92* fue la primera página web creada por Berners-Lee en 1992, en la que publicaba informaciones desde el CERN, aparece como la precursora del formato blog. La publicación del contenido en orden cronológico inverso y la divulgación de nuevos enlaces estaban disponibles en la Red junto a comentarios breves.

<sup>2</sup> Los blogs están en el top 5 de las fuentes más confiables en Internet. De acuerdo con los consumidores, los blogs son más influyentes a la hora de formarse una opinión que Twitter. Las informaciones son del estudio publicado en 2013 por Technorati Media, disponible en <http://technorati.com/wp-content/uploads/2013/06/tm2013DIR1.pdf>.

<sup>3</sup> Twitter fue lanzado en julio de 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass. De acuerdo con un estudio realizado por la empresa Beevolve en 2015, se envían cerca de 177 millones de tweets y se crean 460 mil nuevas cuentas por día.

<sup>4</sup> El periódico satírico español está disponible en <http://www.elmundotoday.com/>

<sup>5</sup> Las reglas de Twitter están disponibles en <https://support.twitter.com/articles/72688>.

<sup>6</sup> Se puede acceder a las condiciones de servicio de Twitter en <https://twitter.com/tos?lang=es>.

<sup>7</sup> Estudios confirman que el *feedback* positivo en Facebook es visto como una “recompensa” en el cerebro: <http://www.medicalnewstoday.com/articles/265509.php>.

<sup>8</sup> El 18 de enero de 1998 se publicaron las primeras informaciones en el blog del reportero estadounidense Matt Drudge (Quadros, 1999).

<sup>9</sup> Bruns (2008) plantea el concepto de *produsage*, en el cual define el usuario (antes consumidor) como productor de contenido, cuya denominación es *produser*.

<sup>10</sup> La Teoría del Gatekeeper surgió en 1950. David Manning White aplicó la teoría de la Psicología al Periodismo. Según la teoría, el flujo de noticias pasa por *gates*. Siendo así, el *gatekeeper* o portero es el editor de las redacciones, aquel que selecciona lo que será publicado.

<sup>11</sup> Los textos son respectivamente Desinformação: os atropelos à verdade cometidos nas redes sociais y La información falsa del atentado de París.

<sup>12</sup> La información está disponible en <http://www.dn.pt/mundo/interior/desinformacao-os-atentados-a-verdade-cometidos-nas-redes-sociais--4886331.html>.

<sup>13</sup> El periodista francés publicó la foto verídica del Empire State Building en su cuenta de Twitter (@jbcadier) en la noche del 13 de noviembre de 2015.