

L'ACCELERACIÓ DE LA COMUNICACIÓ A TRAVÉS DE LES XARXES SOCIALS EN ELS ATEMPTATS DE PARÍS DE 2015



Carles Callís Pascual

Comunicació Cultural

Tutor: Lluís Muntada

Facultat de Lletres

Girona, 3 de juny de 2016



ÍNDEX TFG

INTRODUCCIÓ

- Justificació del tema 5
- Objectius 6
- Estructura i metodologia 7

MARC TEÒRIC

- La cultura d'Internet, noves perspectives de comunicació 8
- Perfil dels nous usuaris o nadius digitals 14
- Tendències dels mitjans de comunicació i de les xarxes de comunicació electròniques 20
 - Convergència de mitjans 22
- Periodisme digital 25
- Ascens del periodisme ciutadà 27
- La incorporació de la premsa a la xarxa 30

PART PRÀCTICA

- Anàlisi de les respostes a la xarxa i cobriment que van fer els mitjans dels atemptats de París 32
- Múltiples reaccions a la xarxa 35
- Exemples de periodisme ciutadà 42
- Le Monde a Facebook, YouTube, Twitter i Instagram 48
- Estudi de cas: vídeo Daniel Psenny (Sala Bataclan) 50
- Entrevista al periodista de Le Monde Daniel Psenny 52

CONCLUSIONS

- Fortaleses i debilitats de les xarxes a partir de l'anàlisi dels fets de Bataclan 55
- Relacionades més directament amb el treball 56

BIBLIOGRAFIA

- Webgrafia 58

Telegrama al pare

*S'enderroquen edificis sencers
a les cantonades de la ciutat:
no és això el que sovint passa dins teu?*

Àlex Susanna

AGRAÏMENTS

Durant aquests darrers intensos mesos de carrera és fàcil que el TFG sigui el motiu de conversa de moltes trobades amb amics, professors, familiars, tutors de pràctiques, companys de feina... És molta, doncs, la gent que m'ha fet ser qui sóc, que s'ha mostrat interessada pel meu treball, m'ha recolzat i animat en moments més crus... Sense tots vosaltres aquest treball, segurament no hauria estat del tot possible.

Primer de tot vull agrair la confiança que ha mostrat el meu tutor del treball, Lluís Muntada, en tot moment. La seva paciència, coratge i consell m'han acompanyat durant aquests mesos i m'ha fet que en els moments de més desconcert reprenguéssim la il·lusió per seguir endavant. Gràcies pel seguiment.

Vull agrair especialment l'ajuda que m'ha ofert incondicionalment la periodista de Catalunya Ràdio, Maria Rovira, a l'hora de contactar amb les redaccions de diaris i ràdios de França, el doblatge a l'estudi... I també agrair les bones estones a les tardes a la redacció, per confiar en mi, pels seus bons consells a l'hora de locutar i per encomanar-me aquesta passió pel periodisme. També a en Josep Lluís Plazas (Lites) per enregistrar el llarg i costerut doblatge i ajustar els nivells de so i al director de Catalunya Ràdio Girona l'Albert Requena.

Agraeixo molt sincerament l'esforç que va fer el periodista de Le Monde, Daniel Psenny per concedir-me una entrevista entre les moltes ocupacions de la redacció, pocs mesos després de ser testimoni i víctima directa dels esgarrafosos i cruels atemptats de París. Per part meua va ser un absolut plaer poder conversar i compartir aquests moments dolorosos del poble francès. Gràcies també per la seva amabilitat i pels bons consells.

Gràcies a l'Anna per la seva paciència, per animar-me, per cuidar-me, per entendre'm més que ningú, per les seves idees i imaginació desbordant i per estimar-me tant.

I sobretot agraeixo l'especial dedicació que m'han mostrat els meus pares i germana per estar al meu costat sempre que ho he necessitat. Gràcies per la vostra educació, suport i estimació.

INTRODUCCIÓ

Justificació del tema

Era un divendres de novembre com qualsevol altre. Divendres 13 de novembre de 2015. Ja era tard i el cansament de tota la setmana es notava més que mai. Estirat al sofà i amb el mòbil a una mà i el comandament a l'altra semblava que presagiés la situació. Revisava les últimes notícies del dia a Twitter i quan vaig actualitzar de nou, la primera notícia que em va aparèixer em va deixar corprès. Era un tuit de Catalunya Informació que parlava d'atemptat múltiple a París, quan encara no s'havia produït la massacre a la Bataclan. A partir d'aquell moment TV3 ja va interrompre la programació habitual per deixar pas a un programa especial dedicat als fets fins a altes hores de la matinada. Twitter en pocs minuts va esdevenir un bullici autèntic d'informacions i a la propera actualització que vaig fer totes les piulades ja anaven dedicades als atemptats de París. A partir d'aleshores vaig començar a seguir atentament el que passava a la capital francesa. Les xarxes socials van convertir-se en olles a pressió on tots els mitjans de comunicació volien ser els primers a informar i donar dades reveladores del moment.

La tragèdia va augmentar de to quan una vegada més, a través de Twitter, vaig veure que el diari francès Le Monde publicava que els terroristes havien assaltat una coneguda sala de concerts de París, la Bataclan, i que tenien els seguidors retinguts. Un altre episodi de violència esgarrifosa que s'afegia al de l'estadi de futbol i a les terrasses a prop de la Plaça de la República. En aquests moments aplicacions d'informació instantànies com Twitter, prenen una rellevància especial ja que tots aquests fets encara eren notícies en evolució.

Vaig mirar les altres cadenes de televisió per veure quin cobriment informatiu feien de l'esdeveniment. Mentre totes les televisions alteraven la programació per fer d'altaveu d'uns fets tan espantosos com aquests, algunes televisions privades seguien amb la planificació habitual, inalterable i es mostraven poc disposades a informar de què passava a París. És més, seguien explicant desgràcies d'una realitat paral·lela, la del món dels famosos. Potser és que al ser divendres a la nit el director de la televisió ja estava de cap de setmana i ja no estava localitzable...

Aquesta situació, com a estudiant de Comunicació, em va commoure i neguitejar especialment. Aquest fet posa en evidència la transformació de la comunicació de la informació i també la manca de rigor i ètica periodística que mostren alguns mitjans.

Va ser l'endemà dels atemptats quan van començar a circular més imatges i gravacions dels fets de París. En especial la filmació del periodista de Le Monde Daniel Psenny, que va despertar consciències i autèntics debats arreu del món amb unes imatges colpidores de la fugida de les víctimes per les portes i finestres de darrere de la Bataclan.

No vull caure en la morbositat del fet, però aquelles imatges de víctimes indefenses pels carrers i comentaris d'usuaris demanant auxili a través de la xarxa em van colpir fortament, tant que vaig continuar informant-me del què passava. Creia, com a estudiant de Comunicació, que tenia el deure d'expressar d'alguna forma que calia un reconeixement a molts periodistes per la feina ben feta i també era necessari denunciar i censurar certes accions periodístiques mereixedores de retrets per la seva mala praxis i alhora iniciar unes reflexions a partir

d'aquests punts. Així doncs, en certa manera aquest treball també pretén ser una aprovació i enaltiment de les bones pràctiques periodístiques que es van dur a terme.

Per altra banda, també em va impactar la transcendència i magnitud que aquest fet va prendre a les xarxes. Els muntatges falsos que circularen, els missatges d'usuaris narrant l'última hora a París o la cara més solidària i de suport que milers d'internautes van mostrar.

Va ser aquest interès pels fets, la cobertura informativa que n'havien fet els mitjans i la repercussió a les xarxes socials el que em va motivar a fer un treball dedicat a la immediatesa de les noves formes de comunicació a través de les xarxes que s'havien aplicat per cobrir la informació dels atemptats de París.

Així doncs, tal i com em va explicar el periodista de Le Monde, Daniel Psenny, a l'entrevista que li vaig fer com a testimoni i víctima dels atemptats de París, aquestes noves formes de comunicació ofereixen immenses possibilitats. Una sèrie d'oportunitats que cal aprofitar com un aliat del periodisme, però sempre cal mantenir la distància necessària per analitzar les coses i fugir de donar unes imatges buides, sense reflexió i anàlisi periodística, que malauradament passa massa sovint.

OBJECTIUS

El meu treball de final de grau pretén assolir uns objectius:

- A través del marc teòric, fonamentar les noves formes de comunicació a través de les xarxes socials.
- Analitzar el seguiment informatiu dels atemptats de París a través de les xarxes socials.
- Valorar la repercussió mediàtica que van tenir els atemptats de París.
- Proposar, a propòsit dels atemptats de París, els punts forts i febles de la comunicació a través de les xarxes.
- Aconseguir parlar amb algun dels periodistes implicats i obtenir la valoració professional de l'ús de les xarxes en la tasca periodística.
- Aplicar coneixements adquirits durant les pràctiques a Catalunya Ràdio per enregistrar una entrevista doblada.

ESTRUCTURA I METODOLOGIA

He estructurat el treball en dues parts ben diferenciades. El marc teòric, on consten tots els fonaments imprescindibles per entendre les noves formes de comunicació que ens ofereixen les xarxes socials i Internet i com ho apliquen els mitjans.

La segona part del treball pretén estudiar un cas pràctic i valorar la repercussió mediàtica que van tenir els atemptats de París a la xarxa. També és cas d'estudi la cobertura informativa que en va fer el diari Le Monde en especial des de les xarxes socials.

El treball també consta d'una entrevista al periodista del diari Le Monde, Daniel Psenny, testimoni i víctima dels atemptats de París a la sala Bataclan, en la qual exposa el seu punt de vista de la cobertura informativa que es va fer d'aquest esdeveniment, especialment des de les xarxes socials. En aquesta entrevista i a totes les altres que he intentat fer, en cap cas, he fet preguntes delicades que entressin en detalls de la tragèdia, sinó que exclusivament m'he centrat en aspectes purament periodístics i comunicatius dels fets.

La idea inicial era entrevistar un altre periodista que va assistir al concert i va ser un testimoni directe dels fets, Julien Pearce, per poder fer una comparació entre les dues visions que oferissin els dos periodistes. Em vaig posar en contacte amb Julien Pearce de la ràdio francesa Europe1, amb l'ajuda de Maria Rovira, periodista de Catalunya Ràdio, per proposar-li l'entrevista, que finalment no em va concertar. Julien Pearce va argumentar que durant les primeres setmanes després dels fets va concedir moltes entrevistes i que ara necessitava reposar i pair un fet tan greu i dolorós.

Un cop Julien Pearce no em va assentir l'entrevista vaig pensar alternatives. La següent proposta o intenció era poder entrevistar, a banda d'en Daniel Psenny ja entrevistat, a Evan Lamos, un periodista de l'agència EurActiv, que va viure en primera persona els atemptats de Brussel·les des del metro i va gravar com els passatgers sortien del vagó pel túnel fosc, després de l'explosió. Aquesta filmació, igual que la d'en Daniel Psenny, va tenir un gran impacte a la xarxa i es va emetre per múltiples televisions. La idea era poder comparar les dues visions dels dos experts i de dos continguts audiovisuals amb una gran repercussió a les xarxes en moments de màxima tensió com els atemptats de París i Brussel·les. L'única via que vaig trobar per contactar amb ell va ser a través de Twitter enviant un missatge directe que no va contestar.

Com a última opció, i després dels intents d'entrevistes precedents fallits, vaig enviar un missatge a través d'Instagram a una l'usuària @zsuzsulla que havia assistit al concert de la Sala Bataclan i que havia penjat una foto a la xarxa, moments abans de la massacre. Però encara espero la seva resposta.

Ja de per si les entrevistes a desconeguts són difícils d'acceptar i encara més si fa pocs mesos que han patit un xoc emocional tan rellevant com un atemptat. Entenc perfectament la seva postura i el dret a no concedir-me-la.

Vull ressaltar i agrair el valor i la força enorme que va tenir Daniel Psenny, a qui vaig entrevistar via telefònica, per explicar-me i recordar fets tan dolorosos com els que havia viscut feia pocs mesos.

MARC TEÒRIC

La cultura d'Internet, noves perspectives de comunicació

Els mitjans de comunicació de masses tradicionals viuen un procés de replantejament i de canvi d'orientació de la seva naturalesa i dels seus objectius. L'emergència de les noves tecnologies de la comunicació ha comportat un desplaçament radical del que entenien en l'etapa moderna. Així, els mitjans han i estan patint un procés de redefinició o actualització que ha provocat l'aparició de noves dimensions comunicatives, fins aleshores inexplorades. Aquests nous horitzons s'han pogut explorar gràcies a l'aparició de les noves tecnologies però encara presenten moltes incerteses.

Els mitjans tradicionals, de caràcter tancat i reticents als canvis, s'han vist obligats a replantejar la seva línia a seguir perquè les possibilitats i el caràcter que ofereixen aquestes noves tecnologies són continguts flexibles, inestables o fins i tot il·limitats.

Aquest nou enfocament en la comunicació no és la primera etapa de canvi que pateix la societat, sinó que per arribar a l'estadi actual n'ha viscut d'altres de transformacions.

El sociòleg i crític cultural Neil Postman, en el seu llibre *Divertir-nos fins a morir*,¹ fa un paral·lelisme entre dos dels canvis més importants a nivell comunicatiu que ha viscut la humanitat. Postman distingeix dues eres, l'Era de l'Exposició, l'etapa en la qual regnava l'impremta i la de la del Món de l'Espectacle, a finals del segle XIX, quan comença a ascendir el discurs de la imatgeria visual fins a l'aparició de la televisió. Així, l'autor investiga i lamenta sobre el fet cultural americà, el desplaçament, que qualifica de dramàtic i irreversible, de l'era de la tipografia o de l'exposició i l'ascens de la televisió i el predomini absolut de la imatge en detriment de l'explicació i comprensió profundes.

I és que des dels inicis, la indústria de la comunicació no ha estat aliena als canvis, sinó tot al contrari. Cada salt tecnològic ha permès investigar noves perspectives de la comunicació i afavorir l'aparició de nous mitjans. Els mitjans de comunicació sempre han avançat de la mà de les transformacions socials, econòmiques i tecnològiques.

El nom que alguns experts de la comunicació proposen a aquesta nova era és la Revolució Interactiva o Revolució digital, un moment marcat per la informació i l'aparició de nous mitjans. Fins i tot, sorgeixen debats intensos perquè es pronostica que els canvis que aquesta època produirà seran equivalents al desenvolupament de l'agricultura o el canvi del feudalisme a la Revolució Industrial, és a dir canvis profunds que afectaran fins i tot l'organització social.

Des dels anys setanta el món viu un procés de canvi sense precedents. Una revolució tecnològica que té com a punt de partida Internet.

¹ POSTMAN, N. (1990). *Divertir-nos fins a morir*. Llibres de l'índex. Barcelona.

El 1978, a la XX Conferència General de la Unesco,² ja es va advertir que el control polític de la informació podria esdevenir com un bé de gran interès i perill del nou segle que s'apropava. Thomas L. McPhail, expert en teories de comunicació, resumia de forma clara i metafòrica l'adveniment d'aquesta nova època: "la informació és el petroli dels anys vuitanta" (McPhail 1981: 11)

Pel sociòleg americà DiMaggio, Internet "és la xarxa electrònica de xarxes que lliga persones i informació a través dels ordinadors i que, amb altres aparells digitals, permet la comunicació i la recuperació de la informació persona a persona". (DiMaggio 2001: 27)

Una altra definició d'Internet menys concreta és la que proposa el filòsof i escriptor Josep Ramoneda en el *Diccionari del malestar de la cultura*. Defineix Internet com "la utopia d'una comunicació universal lliure i sense límits, com una biblioteca total". (Ramoneda 2010 :81)

Pel professor Manel Castells Internet és el teixit de les nostres vides. "Igual que les noves tecnologies de generació i distribució d'energia permeten que la fàbrica i la gran empresa s'estableixin com les bases organitzatives de la societat industrial, Internet constitueix, actualment, la base tecnològica d'organització de l'era de la comunicació: la xarxa". (Castells 2001: 15)

Malgrat les diferències que poden tenir les tres definicions anteriors, a totes hi apareix la paraula comunicació, component bàsic en les relacions humanes. Aquest fet palesa la importància que pot tenir Internet com a element clau en la comunicació en el segle XXI.

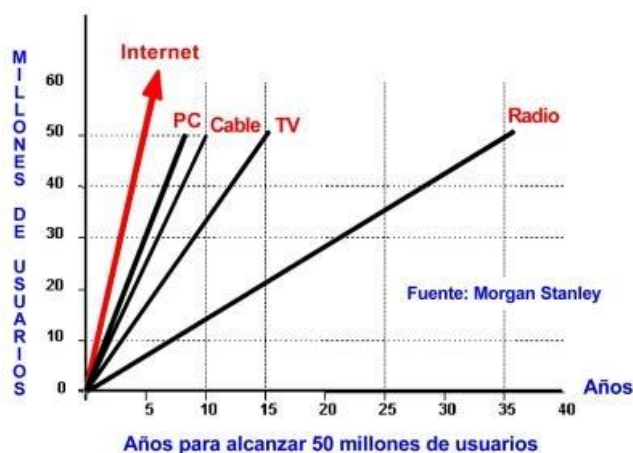
Per mostrar aquesta rellevància només cal recórrer a les dades. Durant els últims quinze anys, Internet ha tingut un desenvolupament impressionant. Aquesta creixuda exponencial ens mostra, com explica DiMaggio, que la xarxa de les xarxes ha estat clau per entendre l'aparició que ha viscut el món de les telecomunicacions, dels mitjans de comunicació i la societat en el seu conjunt. Només cal revisar alguna dada rellevant per adonar-nos de la magnitud del fenomen. Segons l'empresa d'investigació de comunicació, Gartner³, l'any 1996 l'estimació de llars connectades a Internet era de 376.000, la de l'any 2006 és de 395 milions de llars, l'any 2009 422 milions de cases i l'any 2013 correspon a 580 milions de llars. Aquestes dades parlen per si soles i ens fan reflexionar de l'auge d'Internet en els últims anys. Aquesta nova realitat ens planteja la necessitat de considerar Internet com un mitjà de comunicació de masses.

Internet ha suposat un canvi radical, no només per la quantitat de persones connectades, en molts aspectes i sectors, noves maneres de treballar, de relacionar-se, d'informar-se, d'aprendre, de conèixer... Internet suposa avui dia una forma de viure i conivire que progressivament transforma el món productiu, l'educatiu, el científic o el de lleure.

² XX Conference General de la Unesco, 1978. Preàmbul: *Conscious of the aspirations of the developing countries for the establishment of a new, more just and more efective world information and comunicaction order.*

³ <http://www.gartner.com/technology/research.jsp>

A continuació a través de xifres detallades l'evolució i l'ús d'aquest nou mitjà⁴.



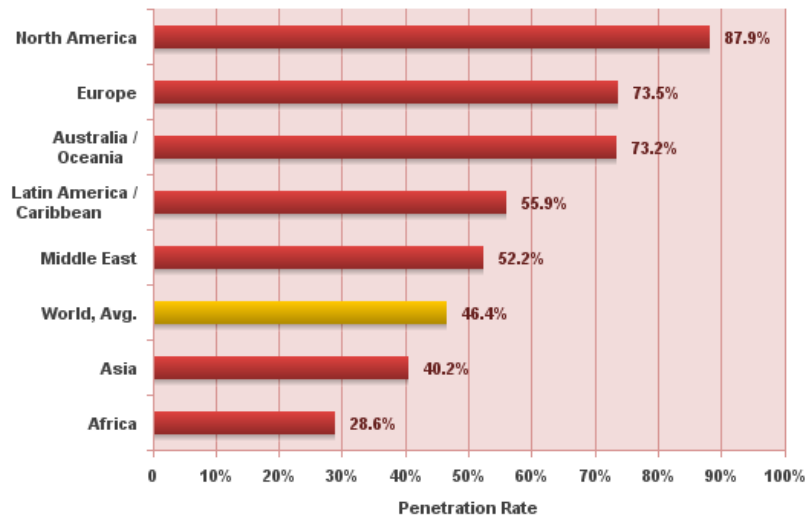
La gràfica mostra l'evolució dels diferents mitjans per assolir els 50 milions d'usuaris. Podem concloure que Internet és l'últim mitjà a incorporar-se i el que ha aconseguit arribar als nivells d'audiència o usuaris més alts amb menys temps, mentre que els altres mitjans han necessitat un termini molt més llarg. Per tant, es pot concloure que a mesura que el mitjà és més modern el temps que necessita per assolir aquesta quota és molt inferior. Aquest exemple mostra la gran capacitat, la potència que té Internet i la ràpida adopció per part dels usuaris d'aquest mitjà. A continuació apporto l'ús segons les regions del món⁵.

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS NOVEMBER 30, 2015 - Update						
World Regions	Population (2015 Est.)	Population % of World	Internet Users 30 Nov 2015	Penetration (% Population)	Growth 2000-2015	Users % of Table
Africa	1,158,355,663	16.0 %	330,965,359	28.6 %	7,231.3%	9.8 %
Asia	4,032,466,882	55.5 %	1,622,084,293	40.2 %	1,319.1%	48.2 %
Europe	821,555,904	11.3 %	604,147,280	73.5 %	474.9%	18.0 %
Middle East	236,137,235	3.3 %	123,172,132	52.2 %	3,649.8%	3.7 %
North America	357,178,284	4.9 %	313,867,363	87.9 %	190.4%	9.3 %
Latin America / Caribbean	617,049,712	8.5 %	344,824,199	55.9 %	1,808.4%	10.2 %
Oceania / Australia	37,158,563	0.5 %	27,200,530	73.2 %	256.9%	0.8 %
WORLD TOTAL	7,259,902,243	100.0 %	3,366,261,156	46.4 %	832.5%	100.0 %

⁴ Evolució Internet entre altres mitjans. Recuperat 1 abril. <http://www.redcosur.com/info-usuarios-evolucion-de-internet.html>

⁵ Internet World Stats. Recuperat 3 d'abril. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

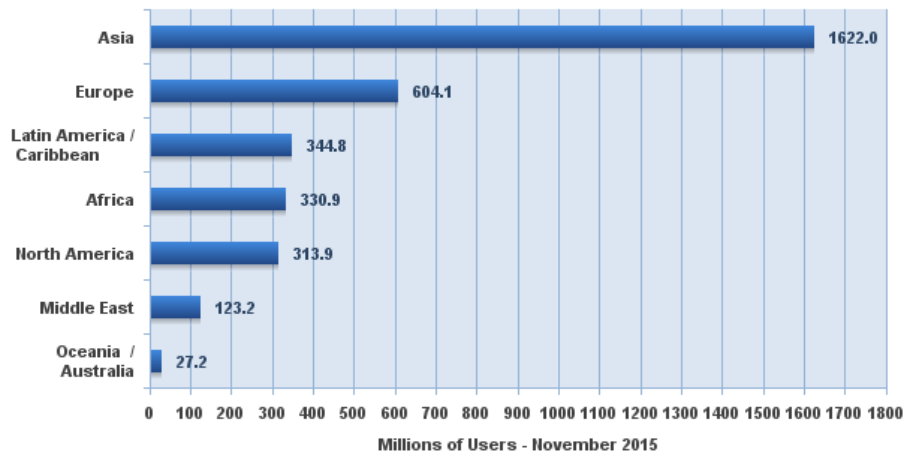
Internet World Penetration Rates by Geographic Regions - November 2015



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
 Penetration Rates are based on a world population of 7,259,902,243 and 3,366,261,156 estimated Internet users on November 30, 2015.
 Copyright © 2016, Miniwatts Marketing Group

Com podem analitzar a la taula i veure a la gràfica extreta d'Internet World Stats, plataforma ja citada anteriorment, la realitat de l'ús d'Internet és diferent segons les diverses regions. Aquest fet demostra que segons els recursos de cada zona i el seu model social les dades d'implementació d'Internet són distintes.

Internet Users in the World by Geographic Regions - 2015



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
 3,366,261,156 Internet users estimated for November 30, 2015
 Copyright © 2016, Miniwatts Marketing Group

En el seu inici l'ús d'Internet anava molt a lligat a la presència comercial de grans companyies però la xarxa ha trobat la via basada en l'intercanvi lliure de béns culturals i informació que han esdevingut usos socials.

Un dels precursors que va entendre el pensament social com una xarxa de relacions de col·laboració entre individus va ser el sociòleg i psicòleg francès, Gabriel Tarde⁶. Les seves tesis no van poder ser comprovades empíricament per les limitacions tècniques de l'època, però tal i com assegura, avui dia, el sociòleg francès, Bruno Latour⁷, algunes de les intuïcions de Tarde avui podrien ser comprovades empíricament gràcies a les xarxes digitals i les interaccions que s'hi estableixen.

A continuació detallo com un seguit d'experts ha definit aquest concepte d'usos socials:

Internet ha creat unes necessitats, uns usos socials que tal i com defineix M. Weber són accions comunes en una col·lectivitat, conduïdes i ordenades basades en el sentit que els propis individus implicats atribueixen a l'acció en qüestió, on les persones confronten les seves experiències i accions amb altres subjectes. En aquesta visió de Weber els usos socials són aquell tipus d'accions que impliquen uns valors o normes comunes determinades pels diferents contextos socials.

Una visió contraposada a la de Weber sobre els usos socials és la que té Jürgen. El filòsof i professor alemany argumenta que el terme d'usos socials fa referència a una *acció comunicativa* on els participants es coordinen ells mateixos per aconseguir objectius a través de compartir esforços.

En canvi, Pierre Bourdieu defineix els usos socials com a pràctiques consolidades que es manifesten de manera recurrent i estan suficientment integrades en els hàbits quotidians, per això poden ser identificades com a hàbits *preexistents* que es reproduïxen a si mateixos i es resisteixen a altres. (Bourdieu 1988: 112)

En consonància amb la visió bourdiana, Lacroix & Tremblay afirma que els usos socials es defineixen com a pràctiques estabilitzades i generalitzades que participen tant en la reproducció quotidiana, els hàbits (presents durant llargs períodes de temps) com en la creació de nous usos (en fase inicial) que comencen a l'esfera de pràctiques de consum. (Lacroix & Tremblay 1997: 71-87)

Segons aquests autors els usos socials fan referència a aquells hàbits comuns d'una determinada part de la societat oposats a les accions individuals, puntuals i canviants.

Els usos socials són aquelles accions, comportaments, decisions o iniciatives, presents dia a dia i que es repeteixen i es reproduïxen entre els individus en un camp social. És a dir, hàbits o costums reforçats socialment. Aquest concepte té una especial importància per entendre les dinàmiques de funcionament de la xarxa.

Per exemple, seguint aquesta línia, podem entendre que el comportament d'un usuari de la xarxa i les seves pràctiques socials a l'hora de crear, penjar i circular per la xarxa un determinat contingut no està determinat per forces externes com poden ser: poders polítics que puguin

⁶ TARDE, G. (1890). *Les lois sociales*. Félix Alcan. París.

⁷ LATOUR, B. (2001). *Gabriel Tarde and the End of the social*. Routledge. Londres.

regular el comportament, tampoc per empreses que poden orientar aquests comportaments per reforçar el seu interès, tampoc de les tecnologies que gestionen aquestes pràctiques.

Segons el catedràtic en comunicació, José María Álvarez Monzoncillo, autor del llibre *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*⁸, i que fa temps ja apuntava també Tarde, no es tracta de negar la influència de les estructures i poders que poden exercir sobre els individus, ni d'afirmar la completa llibertat dels usuaris a la xarxa. Des del seu punt de vista entén que no podem pensar en aquesta influència només per la determinació d'una sola causa sinó entendre la multiplicitat de forces socials que hi tenen un paper fonamental, com valors, creences, influències interpersonals... És a dir, conclou que l'activitat dels usuaris a Internet no està determinada per la tecnologia en si, sinó per valors, creences, influències individuals i lògiques d'imitació i repetició de comportament que conformen una cultura particular, en el marc d'unes determinades condicions econòmiques, polítiques, socials i institucionals.

Per dir-ho d'una altra manera, Internet és entès com una plataforma oberta, col·laboradora i de lliure circulació d'informació gratuïta, i per aquest motiu, al principi entre els primers usuaris van sorgir una sèrie de comportaments imitatius que van configurar els primers usos socials que actualment es poden observar com els més comuns i reproduïts a la xarxa. Facebook, Wikipedia, Twitter, el correu electrònic, o Youtube són alguns exemples d'aquests usos que ara són grans sistemes i aplicacions molt populars entre els consumidors d'Internet.

Aquest tipus d'aplicacions i sistemes tenen tres característiques principals que en part reafirmen el seu gran èxit:

- **Possibilitat d'intercanvi:** Són sistemes que permeten l'intercanvi, la distribució i la reproducció massiva d'informació i de diferents suports, àudio, text, imatge, vídeo.
- **Lliure i gratuïts:** Són recursos lliures i gratuïts perquè no és necessari pagar per accedir a aquesta informació ni per cedir-la.
- **Escalabilitat de xarxes:** El valor de la xarxa augmenta exponencialment com major sigui el número d'usuaris que l'utilitzin. És a dir, com més gent s'hi connecta, més recursos disponibles ofereix el sistema i permet atraure nous usuaris. Com més gent l'utilitza millor funciona la xarxa.

⁸ ÁLVAREZ, J.M. (2011). *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*. Editorial Ariel. Barcelona.

Perfil dels nous usuaris o nadius digitals

Com afirma el catedràtic de comunicació, José Álvarez Monzoncillo en el seu llibre ja citat, “els nous usuaris de la tecnologia són aquells que tenen capacitat d'accés i ús d'aquestes tecnologies, en el marc d'unes condicions materials, econòmiques, educatives i culturals que els permet aquest ús”. (Monzoncillo 2011: 114-115)

Aquests usuaris es presenten a les regions més desenvolupades del planeta, zones amb un major coneixement de les noves tecnologies i la xarxa. Amèrica del Nord, Europa i algunes zones d'Àsia són regions del món on hi ha més circulació de continguts a través d'Internet degut als recursos i capacitats tècniques del país. Aquesta possibilitat d'accés a la xarxa està delimitada per múltiples variants sociodemogràfiques com la classe social, el poder adquisitiu, el gènere, el nivell escolar o l'edat.

Últimament els mitjans de comunicació i alguns experts han inventat una paraula per referir-se als consumidors més joves de la xarxa que presenta diferències respecte el terme nous usuaris defensat per José Álvarez Monzoncillo. L'escriptor americà Mark Prensky⁹ és un dels impulsors del concepte *natus digitals* i el diferencia del que ell anomena immigrants digitals. Segons la seva tesi el natus digitals són aquelles persones que han nascut a partir de 1995 i han crescut en un entorn sociocultural de tecnologia digital que els ha permès adquirir unes habilitats de manera quasi innata per fer servir les noves tecnologies. Prensky va més enllà i declara que:

“En detriment de la lectura (a la qual han invertit menys de 5.000 hores), aquests joves han invertit més de 10.000 hores en videojocs i almenys 20.000 en televisió, de tal manera que no és exagerat pensar que el telèfon mòbil, Internet, el correu electrònic o els jocs d'ordinador són inseparables de les seves vides”. (Prensky 2010: 5-6)

Aquesta afirmació ens fa pensar que tal i com Prensky apunta aquesta generació de natus digitals pensa i processa la informació d'una manera significativament diferent als seus predecessors. Però no tan sols això, sinó que com diu el doctor Bruce D. Berry de la Universitat de Medicina de Baylor: “diferents tipus d'experiències et condueixen a diverses estructures cerebrals”. És a dir, que degut aquest aprenentatge tecnològic, el cervell dels joves dels natus digitals experimenta canvis importants respecte als immigrants digitals.

Segons Prensky totes les persones que no pertanyen aquest jove segment de població formen part del que ell anomena immigrants digitals. Els immigrants digitals en canvi són totes aquelles persones que han “d'aprendre una nova llengua”. (Prensky 2010: 6) Tota aquella gent que no ha nascut en una societat avançada tecnològicament i que a poc a poc s'hi ha d'anar introduint.

⁹ PRENSKY, M. (2010). *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Cuadernos Sek. Recuperat el 15 d'abril. [http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)

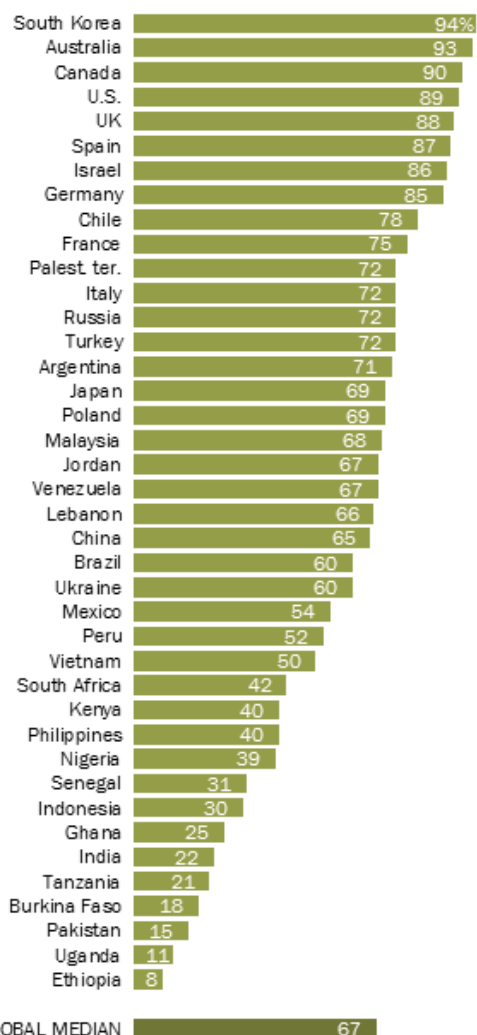
Entre el concepte de nous usuaris defensat per José María Álvarez i la idea de nadius digitals que proposa Presnky hi ha algunes diferències. El terme de nadius digitals com a categoria conceptual generalitza lògiques, usos i comportaments només tenint en compte la variable generacional, de manera que esdevé un anàlisi molt limitat. En canvi, segons Monzoncillo, termes com la classe social, el poder adquisitiu, el nivell escolar, la situació geogràfica entre d'altres són variables tan determinants com l'edat. Per tant el terme de nadius digitals no defineix amb prou precisió aquells capaços d'utilitzar les noves tecnologies digitals.

A continuació presento un informe realitzat per la consultora Pew Internet¹⁰ que mostra l'ús d'Internet durant el 2015 en les diferents regions del planeta. Aquelles zones més desenvolupades, tal i com exposa el concepte de nous usuaris com una de les característiques principals, són les que tenen més accés a Internet. Seguint aquesta lògica els països que primer apareixen a la gràfica són aquells que tenen una economia més evolucionada i que presenten més recursos. A mesura que baixem a la llista hi apareixen zones amb unes condicions i lògiques socioculturals més baixes que no afavoreixen i propicien tant l'ús d'Internet. Podem veure i comprovar perfectament com els trets que defineixen els nous usuaris d'Internet: la classe social, poder adquisitiu, situació geogràfica van lligats als països de la gràfica que tenen un major ús d'Internet. Per tant segons el concepte de nous usuaris no tots els països podrien entrar a formar part d'aquesta categoria, segons el seu grau de desenvolupament.

Malgrat aquesta tesi observada a l'estudi anterior, cal recordar que en una societat globalitzada, l'ús d'Internet segueix augmentant.

Most adults in advanced economies use internet, developing countries less so

Adults who use the internet at least occasionally or report owning a smartphone



Note: Percentages based on total sample.

Source: Spring 2015 Global Attitudes survey. Q70 & Q72.

PEW RESEARCH CENTER

¹⁰ POUSSHTER, J. (2016). *Internet acces growing worldwide but remains higher in advanced economies*. Pew Research Center - Journalism and Media. Recuperat el 25 d'abril. <http://www.pewglobal.org/2016/02/22/internet-access-growing-worldwide-but-remains-higher-in-advanced-economies/>

Tot seguit presento un estudi realitzat també per Pew Internet que mostra aquesta tendència en augment de l'ús d'Internet en els països que no presenten nivells de desenvolupament tan alts.

Països que a l'estudi anterior apareixien a la zona baixa de la llista, es veu com en comparació fa dos anys han augmentat l'ús d'Internet.

Increased internet use in many emerging countries since 2013

Adults who use the internet at least occasionally or report owning a smartphone

	2013	2014	2015	13-15 Change
	%	%	%	
Turkey	41	-	72	+31
Jordan	47	47	67	+20
Malaysia	49	55	68	+19
Chile	66	76	78	+12
Brazil	49	51	60	+11
China	55	63	65	+10
Lebanon	57	62	66	+9
Mexico	45	50	54	+9
Venezuela	59	67	67	+8
Indonesia	23	24	30	+7
Pakistan	8	8	15	+7
Russia	66	73	72	+6
Poland	63	63	69	+6
Philippines	34	42	40	+6
Nigeria	33	39	39	+6
India	16	20	22	+6

Note: Percentages based on total sample. Only countries with statistically significant changes that were surveyed in 2013 and 2015 shown.

Source: Spring 2015 Global Attitudes survey. Q70 & Q72.

PEW RESEARCH CENTER

Tal com s'observa a la següent taula hi ha unes característiques en l'ús d'Internet que es repeteixen en els països occidentals. La franja d'edat més jove que equivaldrien als nous usuaris, les persones amb un nivell educatiu més alt que pels requeriments formatius en fan un ús més habitual i les persones amb ingressos econòmics superiors tenen un major accés a Internet. Amb aquestes constatacions els diferents governs haurien de promoure polítiques per impulsar l'ús d'Internet a les franges de més edat, les persones amb menys formació i menys recursos econòmics. Tant en països occidentals, orientals, com desenvolupats o subdesenvolupats, sempre es constata la mateixa regla.

The demographic digital divide is real and pervasive

Adults who use the internet at least occasionally or report owning a smartphone

	TOTAL %	Age			Education			Income		
		18-34 %	35+ %	Diff	Less education %	More education %	Diff	Lower income %	Higher income %	Diff
U.S.	89	99	85	+14	80	95	+15	84	97	+13
Canada	90	100	87	+13	81	95	+14	85	99	+14
France	75	98	66	+32	65	95	+30	61	87	+26
Germany	85	99	80	+19	74	92	+18	73	95	+22
Italy	72	100	65	+35	68	95	+27	56	87	+31
Poland	69	98	56	+42	28	78	+50	56	81	+25
Spain	87	100	82	+18	81	97	+16	80	95	+15
UK	88	98	85	+13	82	98	+16	82	98	+16
Russia	72	97	60	+37	-	-	-	51	81	+30
Ukraine	60	93	44	+49	20	62	+42	44	73	+29
Turkey	72	93	53	+40	49	96	+47	-	-	-
Jordan	67	75	57	+18	41	96	+55	50	80	+30
Lebanon	66	89	50	+39	34	90	+56	41	92	+51
Palest. ter.	72	87	55	+32	54	88	+34	66	79	+13
Israel	86	96	80	+16	80	93	+13	78	94	+16
Australia	93	100	90	+10	87	98	+11	84	99	+15
China	65	93	49	+44	48	91	+43	56	80	+24
India	22	34	12	+22	9	38	+29	11	28	+17
Indonesia	30	52	12	+40	13	55	+42	17	41	+24
Japan	69	97	64	+33	56	88	+32	51	86	+35
Malaysia	68	91	50	+41	29	82	+53	46	79	+33
Pakistan	15	20	10	+10	6	33	+27	8	20	+12
Philippines	40	58	23	+35	15	57	+42	26	52	+26
South Korea	94	100	92	+8	89	98	+9	89	99	+10
Vietnam	50	81	25	+56	32	79	+47	42	70	+28
Argentina	71	92	58	+34	61	94	+33	47	76	+29
Brazil	60	82	44	+38	39	86	+47	42	76	+34
Chile	78	96	65	+31	26	87	+61	62	90	+28
Mexico	54	76	38	+38	35	87	+52	44	66	+22
Peru	52	76	37	+39	16	74	+58	23	63	+40
Venezuela	67	82	56	+26	55	87	+32	-	-	-
Burkina Faso	18	22	12	+10	11	72	+61	15	37	+22
Ethiopia	8	12	4	+8	5	43	+38	5	23	+18
Ghana	25	32	18	+14	14	62	+48	13	30	+17
Kenya	40	53	22	+31	19	70	+51	26	52	+26
Nigeria	39	52	21	+31	9	53	+44	27	52	+25
Senegal	31	40	20	+20	21	82	+61	18	42	+24
South Africa	42	52	33	+19	24	61	+37	22	57	+35
Tanzania	21	28	11	+17	-	-	-	13	27	+14
Uganda	11	16	3	+13	-	-	-	7	17	+10

Note: Percentages based on total sample. Russia, Tanzania and Uganda excluded from education due to insufficient sample size. Turkey and Venezuela excluded from income due to insufficient sample size. All reported differences are statistically significant.

Source: Spring 2015 Global Attitudes survey. Q70 & Q72.

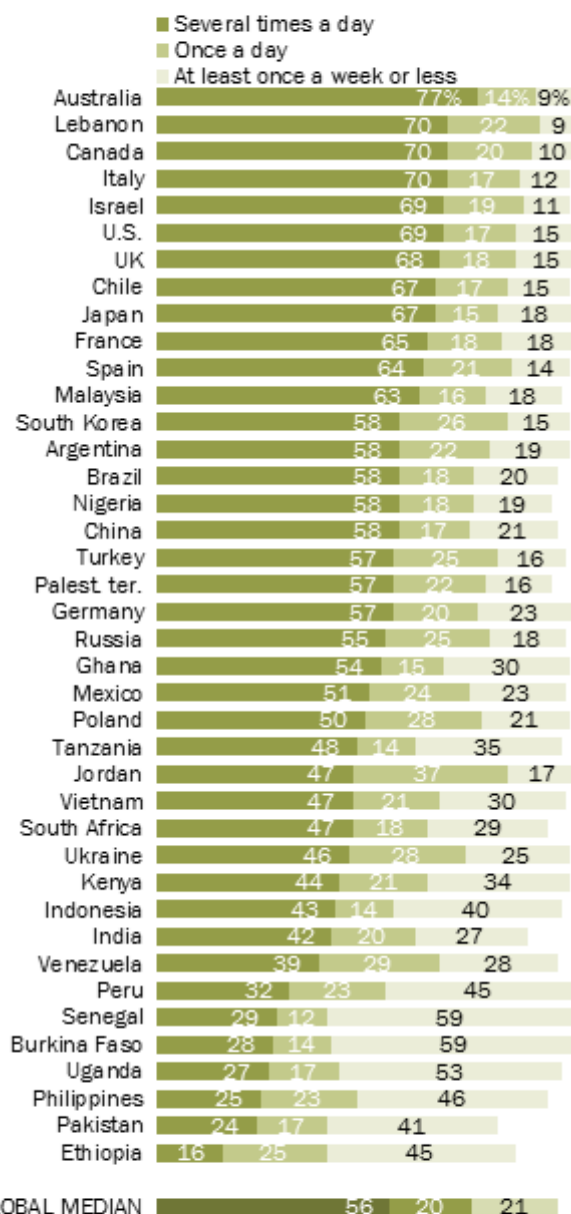
PEW RESEARCH CENTER

Pel que fa a l'ús que en fan els nous usuaris, podem apreciar a la taula com la tendència del perfil dels nous consumidors més joves és que en els països més desenvolupats es connectin més d'una vegada al dia a Internet.

Així doncs, l'hàbit dels nous usuaris és una major connectivitat a les xarxes.

Majority of internet users in most countries are daily users

Adult internet users or reported smartphone owners who access the internet ...



Note: Based on those who say they use the internet at least occasionally (Q70) or report owning a smartphone (Q72).

Source: Spring 2015 Global Attitudes survey. Q73.

PEW RESEARCH CENTER

Per aprofundir en el coneixement del perfil d'aquests joves consumidors d'Internet a continuació exposo una sèrie de tendències o lògiques socials en el món de la xarxa:

- **Intercanvi i lliure circulació de continguts:** La cultura d'Internet afavoreix la lliure circulació i accés a la informació com mai havia passat anteriorment. Per motiu d'aquesta lògica els usuaris tendeixen a desenvolupar noves formes de creació, difusió i consum de continguts a través de la xarxa. Una característica que comparteixen tots els usos socials de la xarxa és l'emissió del contingut de forma instantània a través d'Internet. El contingut es propaga de forma immediata i es distribueix a través de la xarxa d'usuaris a partir d'una lògica d'imitació, repetició i dispersió a través de les pràctiques de consum. Aquesta necessitat de compartir experiències amb altres usuaris de la xarxa és un dels hàbits més importants que moltes vegades afavoreix l'aparició de *continguts virals*. Internet és una xarxa on els usuaris estan connectats els uns amb els altres.
- **El consumidor multiplataforma:** El moment històric que vivim és apassionant per la transformació que ha provocat la nova era digital. Però tal com alerta Jenkins en la seva obra *Convergence culture*¹¹. *La cultura de la convergència de los medios de comunicació* cal descobrir les ambivalències i contradiccions d'aquest nou procés. Per un costat és obvi que mai els ciutadans havíem disposat dels recursos i mitjans que permeten la participació ciutadana, la recerca i la creació d'informació a través de xarxes socials, Internet, ... Per l'altra costat ens adonem que s'estan creant potents conglomerats empresarials multinacionals, com Google, Microsoft, Facebook,... que aprofitant aquestes noves possibilitats s'estan enriquint, i amb estratègies diverses, sempre dins la legalitat vigent, aconsegueixen els seus propòsits. Aquest nou paradigma de convergència mediàtica, tal com diu Jenkins, anuncia la coexistència dels nous mitjans digitals amb una cultura participativa, protagonitzada per comunitats d'usuaris.

Com ja explicava Ithiel de Sola Pool¹², expert en ciències socials i anomenat com el profeta de la convergència, en el llibre *Technologies of Freedom*, les fronteres entre uns mitjans i els altres s'estan erosionant.

I afirmava: "Un procés anomenat "convergència de mitjans" està difuminant les línies entre els mitjans [...]. Un únic mitjà físic pot transmetre serveis que en el passat es proveïen per camins separats". (De Sola Pool 1983: 23)

Segons Josep Maria Carbonell, tal i com exposa en el seu llibre *El futur de la comunicació: xarxes, mitjans i poder*¹³, durant els últims quinze anys s'han produït tres

¹¹ JENKINS, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergència de los medios de comunicació*. Paidós. Barcelona.

¹² DE SOLA POOL, I. (1983). *Technologies of Freedom: On Free Speech in a Electronic Age*. Harvard University Press. Cambridge.

¹³ CARBONELL, J.M. (2011). *El futur de la comunicació xarxes, mitjans i poder*. Editorial UOC. Barcelona.

grans processos que han marcat l'agenda de la comunicació i dels seus usuaris: convergència tecnològica, confluència d'operadors i concentració empresarial.

És a dir recuperant un frase molt utilitzada en aquest paradigma, mentre el hardware divergeix, el contingut convergeix. Només cal veure l'ús actual dels telèfons mòbils que permeten l'accés a la informació, a les xarxes, als mitjans de comunicació, a l'entreteniment,... I és que els usuaris de les tecnologies han esdevingut uns consumidors multiplataforma perquè la informació ens arriba de diferents vies i diferents mitjans. Segons els experts el consumidor multiplataforma té un perfil molt característic i que al llarg dels propers anys s'anirà estenent. Aquests són nous usuaris que conviuen de la mà de les tecnologies i són receptius als canvis tecnològics. Al mateix temps, són persones que durant el dia consulten múltiples vegades els seus dispositius tecnològics i segons el context, un o altre suport digital amb unes finalitats molt concretes. Aquestes finalitats que deriven en uns usos socials comuns, han portat a l'especialització de les pantalles.

El que pot succeir és que malgrat la facilitat que tingui el ciutadà per a la participació cultural, els poders cada vegada concentrats en poques mans, incentivin un ús superflu i que no portin a la veritable participació cultural, tal i com alerta Habermas en el seu llibre *Historia y crítica de la opinión pública*.

Aquests exemples ens fan pensar que la convergència cultural obriran un període, tal com explica Jenkins, d'inestabilitat política i social perquè en realitat està emergint un nou ordre cultural.

Tendències dels mitjans de comunicació i de les xarxes de comunicació electròniques

Des dels seus inicis, la indústria de la comunicació no ha estat aliena als canvis, sinó tot al contrari. Els mitjans de comunicació sempre han avançat de la mà de les transformacions socials, econòmiques i tecnològiques.

Daniel Bell, sociòleg i professor de la Universitat de Harvard, el 1969 amb el llibre, *The Coming of Post-industrial Society*¹⁴ ja parlava d'aquestes transformacions a diferents nivells. L'any 1969 Bell va ser un dels primers a pronosticar que les societats industrials estaven vivint la transició d'una economia basada en béns materials a una economia sostinguda en el coneixement. Ell mateix va anunciar canvis de caire social, especialment en les societats de l'hemisferi nord. Aquestes hipòtesis confirmaven que estàvem en un moment de canvis històrics a molts nivells sense precedents, una transició cap a una societat basada en la informació i el coneixement.

¹⁴ BELL, D. (1994). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Alianza. Madrid.

La societat de la informació és aquella, que com diu Castells, “la generació, processament i transmissió de la informació” es converteixen en el factor fonamental que condiciona el conjunt dels processos econòmics i socials. (Castells 2001: 15)

L'era de la informació és l'inici d'una etapa construïda a l'entorn de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) que provoquen un impacte a la societat. Com a conseqüència d'aquesta nova dinàmica de les tecnologies sorgeixen unes noves formes d'acció i interacció i una noves maneres d'interpretar el món. Els fluxos d'informació han trobat en les noves xarxes de comunicacions electròniques unes possibilitats insospitades per promoure l'esclat de la informació arreu del món.

Manuel Castells ja pronosticava aquest esclat de la informació i en el seu llibre *La societat xarxa* explica la importància del moment.

Segons Castells *les xarxes de comunicació electrònica esdevindran la columna vertebral de les nostres vides. Al mateix temps la societat xarxa representa un salt qualitatiu en l'experiència humana, on la informació és l'ingredient clau de la nostra organització social, i els fluxos de missatges i imatges d'unes xarxes a les altres són el fil bàsic que forma la nostra estructura social.* Castells defineix el concepte de xarxes (conjunt de nodes interconnectats) com a estructures obertes, capaces d'expandir-se sense límits i d'integrar nous models sempre que integrin i comparteixin els mateixos codis de comunicació, representen una etapa de l'evolució del capitalisme. Tal i com ho explica *La societat xarxa és de moment una societat capitalista. De fet, per primera vegada a la història, el mode de producció capitalista perfila les relacions socials arreu del món. Un sistema que necessita basar-se en el coneixement generat i processat per la tecnologia de la informació.*

En la darrera dècada el sector de la comunicació s'ha trobat immers en un canvi d'època impulsat per l'evolució d'Internet i la convergència tecnològica sobre la base de la digitalització. Un procés que va més enllà de l'àmbit tecnològic, perquè comporta modificacions estructurals que alteren la relació entre la tecnologia, la indústria, els mercats, els continguts i els públics. Aquestes transformacions ofereixen oportunitats, perquè permeten desenvolupar nous productes i serveis i explorar altres vies de negoci, però alhora suposen un desafiament per a la indústria de la comunicació, que ha d'afrontar el repte de moure's més enllà dels models estables i coneguts en què s'ha mantingut durant anys.

Convergència de mitjans

El procés de convergència ha estat possible en gran mesura gràcies a la digitalització de la informació.

Josep Maria Carbonell en el llibre *El futur de la comunicació: xarxes, mitjans i poder* cita Nicholas Negroponte¹⁵ que explica els quatre processos que segons ell ha comportat la digitalització de la informació:

1. **Descentralització**, especialment en els processos de producció i decisió
2. **Globalització**, gràcies a la digitalització, moltes de les cadenes d'activitat política, econòmica i social estan adquirint dimensions globals.
3. **Harmonització**, es produeix un fenomen de nou llenguatge comú que salta fronteres, emergint "un nou llenguatge comú prèviament inexistent, que permet a les persones entendre's més enllà de les fronteres"
4. **Capacitació**, la digitalització representa un nou poder per exercir la llibertat, la realització personal i les competències professionals

El creixement de les xarxes de comunicació electròniques i la seva convergència està representant un esdeveniment de major caràcter econòmic, polític i social. Aquesta situació de convergència de xarxes obre nous escenaris pels mitjans de comunicació i es converteix en un factor decisiu. Amb la incorporació dels mitjans de comunicació a les xarxes s'obren espais de major llibertat d'expressió, amb nous canals de creació i s'aconsegueix una societat amb un major nombre d'emissors. És a dir, eixamplar el debat en l'esfera pública local o internacional.

Fins i tot alguns com McChesney¹⁶ avancen alguna de les conseqüències de l'esclat de les xarxes als mitjans de comunicació. "Els vells conglomerats multimèdia estan a punt de col·lapse: ara estan intentant rearranging deckchairs on the Titanic, amb fusions i maquinacions. Ells no podran sobreviure la competició que portarà l'iceberg que representa Internet". (McChesney 1997: 16)

En aquest sentit, és evident que grans grups de comunicació d'arreu del món es troben amb dificultats objectives per orientar-se en aquesta nova i incerta situació.

Josep Maria Carbonell exposa la tendència que les xarxes formades pels mitjans de comunicació cada vegada actuen de forma més interrelacionada i convergent i que són un element indispensable per les relacions humanes i pel desenvolupament socioeconòmic. A més, demanen un exercici a la ciutadania per a la interpretació de la realitat i generació i articulació de coneixement.

A continuació exposa tres grans tendències de les xarxes a l'actualitat:

¹⁵ NEGROPONTE, N. (1995). *Being Digital*. Random House. Nova York.

¹⁶ MCCHESENEY, R. (1997). *Corporate media and threat to democracy*. Seven stories press. Nova York.

1. Les xarxes i mitjans de comunicació són una eina de mediació fonamental per generar l'univers simbòlic dels individus. En paraules del sociòleg alemany Ullrich Beck¹⁷:

“ens trobem davant d'un procés d'individualització, una època en què l'ordre social de l'Estat nacional, la classe, l'etnicitat i la família tradicional es troben en declivi. L'ètica de la realització personal és el corrent més poderós de la societat moderna. L'esser humà, elector, decididor i configurador, que aspira a ser l'autor de la seva pròpia vida i el creador d'una identitat individual, s'ha convertit en el protagonista dels nostres temps”. (Beck 1998: 75)

El consum de productes a les xarxes a l'esfera privada a poc a poc s'ha anat convertint en un ús social i amb l'aparició d'Internet aquesta dinàmica ha augmentat considerablement.

L'individualisme creix i la socialització es fa més difícil. En aquest context les xarxes de comunicació i els mitjans exerceixen un paper central en la generació de valors de referència i de l'univers simbòlic de les persones.

2. Les xarxes s'han convertit en un element imprescindible per a l'exercici de la ciutadania. Els mitjans de comunicació han aprofitat aqueta oportunitat per unir-se a les xarxes, autèntics espais de creació d'opinió pública. La fragmentació de l'audiència i la possibilitat d'una multiplicació exponencial d'emissors és un aspecte que cada dia serà més important i provocarà una major especialització d'audiències. El desplegament mundial de les xarxes i les inèrcies de la globalització del món fan que certs esdeveniments puguin aconseguir audiències globals. Un bon exemple és el cas d'estudi d'aquest treball, els atemptats a la Sala Bataclan de París, un fet transcendental que amb pocs minuts a través de la interacció dels usuaris de les xarxes va donar la volta al món. Un bon exemple va ser l'efecte mediàtic que va tenir el vídeo viral a la xarxa que va gravar el periodista de Le Monde, Daniel Psenny, des de casa seva mentre espectadors de la sala de concerts intentaven escapar de la tragèdia. O més recentment els atemptats a l'aeroport de Brussel·les.
3. Les xarxes han esdevingut un element cabdal per a la interpretació de la realitat i generació i articulació de coneixement. Un poder hegemònic en la construcció social de la realitat.

Aquest procés de convergència que pateixen molts mitjans de comunicació, provocat per l'evolució de la tecnologia i els nous models de negoci, també provoquen una convergència a nivell empresarial. És a dir, en un entorn que tendeix a la globalitzar-se encara més i on la unificació d'empreses per oferir productes més complets i multimediàtics és una constant, la convergència també recau sobre els periodistes. Dit d'una altra manera, aquesta convergència professional pot arribar a portar a l'extinció d'algunes branques del periodisme. Per exemple l'ofici de fotoperiodista està desapareixent progressivament ja que amb aquesta convergència més l'aplicació de les noves tecnologies, cada cop amb una millor i més accessible tècnica per tothom, fa que aquest ofici històric, com tants altres, a poc a poc, vagi perdent la seva

¹⁷ BECK, U. (1998). *¿Qué es la globalización?* Paidós. Barcelona.

essència. En algunes situacions, els periodistes de redacció han de fer multitud de tasques per tal d'evitar costos i alhora ser més competents com a mitjà. Per exemple, un periodista de premsa escrita ha d'assistir a una roda de premsa i anotar les corresponents informacions per fer la crítica pel diari, però alhora ha de fer la foto en el moment precís i, a més a més, per si no en tenia prou, ha d'anar piulant per Twitter per mantenir tots els usuaris de la xarxa informats.

Aquesta és una situació de convergència professional que cada cop més està abundant a tot tipus de mitjans de comunicació. En aquests casos no és que hagi nascut una nova professió, però sí que la convergència ha canviat la funció essencial del periodista.

L'informe de la Red ICOD¹⁸, un projecte per esbrinar la situació de la comunicació digital en el panorama Europeu i Amèrica Llatina, el 2008 ja identificava arguments a favor i en contra d'aquesta convergència.

Posava de manifest, per una banda la reducció de les plantilles dels mitjans i per l'altra la consideració que el periodista ha de dedicar molt de temps a feines que no són específicament les seves. I en conseqüència el producte periodístic és de menor qualitat.

Un altre punt que destacava aquest informe és l'aparició de noves professions més especialitzades que no redacten notícies, entre les quals destacaven l'administrador de continguts, el dissenyador interactiu, el community manager, el Search Engine Optimizer o l'editor d'espais web.

I finalitzaven l'informe exposant la necessitat de formar periodistes que puguin fer feines professionals que ara viuen un procés d'extinció. També reclamaven, la creació de noves carreres de comunicació que preparin periodistes més especialitzats en l'administració de la informació en espais participatius, una tendència de futur.

En aquest sentit, actualment múltiples mitjans de comunicació segueixen aquesta línia de la convergència professional. Un bon exemple és el model de l'Agència Catalana de Notícies (ACN), fundada el 1999, en un moment d'auge d'Internet i les noves tecnologies. Per aquest motiu des del principi l'agència va apostar per un model de periodisme multimèdia no com una opció de futur, sinó de present. ACN segueix la línia comentada de la convergència professional i aposta per un model de periodista polivalent, el que s'anomena un redactor multiformat, capaç d'escriure una crònica i adaptar-la als diferents formats i suports. Un dels eixos centrals de la filosofia de l'empresa, des dels inicis, ha estat potenciar un periodisme modern posant la tecnologia al servei dels continguts i invertint esforços. A banda també tenen com a bandera la rapidesa de la informació i aquesta immediatesa que a la gent l'importa.

¹⁸ Red ICOD. *Red Iberoamericana de Comunicación Digital*. Recuperat el 2 de maig.
<http://www.icod.ubi.pt/home.html>

El periodisme digital

Amb l'ascens de l'ús d'Internet, als mitjans de comunicació s'hi estan produint autèntiques i veritables mutacions. Últimament en el món del periodisme se sent molt a parlar dels anomenats new media, aquells mitjans tradicionals que han evolucionat a digitals i que utilitzen recursos multimèdia per apropar la informació a través de les noves tecnologies al seu públic.

Internet potencia certes característiques del periodisme clàssic però també en crea de noves. Per això, a continuació analitzaré segons dues perspectives de dos professionals de la comunicació quines són les característiques dels new media o periodisme digital.

El professor Terry Flew¹⁹, expert en mitjans de comunicació i multimèdia, sintetitza que els new media, o qualsevol forma d'informació digital tenen les següents característiques: (Flew 2008: 8)

- **Manipulable:** La informació digital és fàcilment canvia i adaptable en tots els processos de creació, adaptació, distribució i ús.
- **Xarxable:** La informació digital pot ser compartida i intercanviada a través de molts usuaris i des d'enormes distàncies fet que amb la premsa tradicional és impossible.
- **Densa:** Molta quantitat d'informació digital pot ser emmagatzemada en petits espais físics o servidors en xarxa.
- **Comprimible:** Grans quantitats d'informació poden ser comprimides i descomprimides quan es necessiti.
- **Imparcial:** La informació digital es mou a través de les xarxes diferents, en diferents formes, independentment dels seus creadors o propietaris.

Josep Lluís Micó²⁰, periodista de La Vanguardia i professor de la Universitat Blanquerna, en el seu manual de *Periodisme a la xarxa* també exposa les següents bases dels new media o periodisme digital:

- **Dades actualitzades:** La continuïtat és una propietat de la televisió i de la ràdio, però impossible d'aplicar a la premsa. La xarxa presenta de forma molt clara aquesta característica. A la xarxa les informacions van creixent a un ritme sostingut, sense que els receptors hagin d'esperar la propera edició del diari o revista. Els mitjans a la xarxa els podem consultar en qualsevol moment, amb la certesa que hi trobarem continguts d'actualitat recentment actualitzats.
- **Informació universal:** els diaris electrònics o mitjans a la xarxa són universals, és a dir, que des de qualsevol punt del planeta pots accedir a aquella informació del mitjà digital que t'interessi. En aquest cas, l'aparició d'Internet ha permès ampliar la zona de

¹⁹ FLEW, T. (2008). *New Media. An Introduction*. Oxford University Press. Oxford.

²⁰ MICÓ, J.L. (2006). *Periodisme a la xarxa*. Eumo Editorial. Vic.

cobertura de la premsa, la ràdio i la televisió, sense límits. A banda del radi que puguin arribar els mitjans, les edicions en línia no s'esgoten com els mitjans impresos i no conclouen mai.

- **Simultaneïtat:** La simultaneïtat porta l'audiència al lloc dels fets d'interès justament en el moment que s'estan produint. El concepte d'actualitat en la premsa queda superat per la ràdio i la televisió, els dos mitjans que poden retransmetre els esdeveniments amb més agilitat. Però a diferència d'aquesta comunicació instantània la xarxa no va substituint les notícies que ha proporcionat abans, sinó que n'hi afegeix de noves.
- **Procés interactiu:** La incorporació dels mitjans a la xarxa ha permès la interacció que permet crear espais d'opinió debat entre usuaris. El caràcter passiu que els lectors dels mitjans tradicionals de diaris, televisions o ràdios de fa uns anys enrere que simplement buscaven el canal que els interessava i si no satisfecia les seves necessitats apagaven el televisor o la ràdio ha desaparegut. Ara el públic pot participar en espais específics com fòrums, xats, entrevistes en línia... i altres mecanismes que permeten aquesta interacció. Moltes vegades són els mateixos mitjans que sol·liciten que el públic comenti, participi activament a través de les xarxes i noves tecnologies per crear més expectació. Aquesta interactivitat és la que Henry Jenkins defineix com a cultura participativa. Defineix el concepte així:

“La cultura participativa es una cultura con relativamente pocas barreras hacia la expresión artística y el compromiso cívico/ciudadano; con un fuerte apoyo para la creación y el intercambio y un tipo informal de afiliación donde los que tienen más experiencia comparten sus conocimientos con los que se inician”.
(Jenkins 2008: 67)

- **Multimèdia:** El tipus de llenguatge que domina a Internet és el multimèdia i segons Josep Lluís Micó “l'estil periodístic no es pot abstrure d'aquesta particularitat que, en el terreny informatiu, es converteix en un dels seus principals avantatges”. (Micó 2006: 75) La combinació harmònica, curosa i intencionada del text escrit, explicat per testimonis o periodistes, combinats amb les múltiples possibilitats que ofereix el llenguatge multimèdia, com el so ambient, efectes especials, fotografies, gràfics, il·lustracions, imatges en moviment, animacions... conformen una nova modalitat informativa. Tots aquests elements, fins fa uns anys desconeguts, enriqueixen i fan més visual la proposta amb un clar i únic objectiu per tal que el lector entengui clarament el relat informatiu.
- **Hipertext:** Un dels canvis substancials que ofereix Internet és l'hipertext, el relat en línia. Mentre que als mitjans impresos les planes tenen una sola dimensió, les notícies que es presenten a Internet es formen per capes, és a dir, enllaços, nexes que permeten al lector aprofundir en la peça informativa.
- **Versatilitat:** El mitjà digital és el suport més versàtil per excel·lència tal i com afirma Josep Lluís Micó. Els mitjans digitals ofereixen la possibilitat d'explorar i incorporar la dimensió mercadotècnica, promocional i publicitària amb noves fórmules, ben integrades en el mitjà, adreçades a públics més específics i amb major eficiència. Per

exemple, els diaris electrònics ofereixen productes i prestacions a la seva pàgina que no només són de la seva plataforma. És a dir, mentre llegeixes el diari digital, sense canviar d'adreça, pots llegir notícies sobre política internacional o consultar la borsa, però, a més a més, des del mateix portal pots fer altres gestions com contractar un abonament per l'enciclopèdia o reservar un hotel.

Ascens del periodisme ciutadà

El periodisme ciutadà o també conegut com el periodisme de carrer, durant els últims deu anys, amb l'aparició de les noves tecnologies i xarxes socials, ha augmentat considerablement la seva pràctica i ha afavorit la participació de la ciutadania. Aquesta modalitat del periodisme té com a protagonista el paper actiu i essencial dels ciutadans en el procés de recerca, anàlisi i difusió de notícies, informacions... Hem vist com s'ha passat d'un model unidireccional, on els periodistes eren els privilegiats dels continguts i de la informació i l'audiència era un mer receptor, a una tessitura on els ciutadans formen part del procés periodístic.

La idea que els ciutadans puguin participar en el periodisme té una llarga història als Estats Units, malgrat que en els últims anys hagi augmentat i s'hagi estès arreu. Els primers moviments de periodisme ciutadà van sorgir per qüestionar la capacitat dels periodistes de cobrir esdeveniments.

Segons el periodista americà, Courtney C. Radsch²¹, el periodisme ciutadà és una forma alternativa i activista de recollir notícies i informes que funciona fora de les grans institucions del periodisme professional.

En canvi, el crític i professor de periodisme americà, Jay Rosen²² proposa una definició més simple: "quan els ciutadans utilitzen eines de premsa que tenen al seu abast per informar-se mútuament".

Curtis²³ ho defineix com la redacció, l'edició, producció i distribució de notícies i informació per part dels ciutadans no formats com a professionals del periodisme. Ciutadans que no són periodistes però que investiguen, divulguen i analitzen notícies o informació en blogs o wikis i ho comparteixen amb altres a través de les noves xarxes o dispositius com tablets o càmeres digitals.

²¹ RADSCH, CC. (2012). *Adapting Concepts of media freedom to a Changing Media Environment: Incorporating New Media and Citizen Journalism into the Freedom of the Press Index*. Recuperat el 10 abril

²² ROSEN, J. A. (2008). *Most Useful Definition of Citizen Journalism*. PressThink. Recuperat el 25 d'abril. http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a_most_useful_d.html

²³ CURTIS, A. (2012). *Citizen Journalism*. Recuperat el 20 d'abril. http://www.academia.edu/10135944/Citizen_Journalism_Positive_and_Negative_Realities_of_Putting_the_Power_in_the_Peoples_Hands

A través d'aquestes tres definicions de periodisme ciutadà, malgrat les seves diferències ja podem entendre el rol d'aquesta branca del periodisme, si se'n pot dir així.

McMullen²⁴, fotògraf i periodista que ha estudiat a fons aquest fenomen en auge del periodisme ciutadà o amateur proposa una definició més concreta. Una tipologia de periodisme que la practiquen els ciutadans dia a dia. Ciutadans que malgrat no tenir una formació en comunicació, a través de les noves tecnologies publiquen els seus "treballs periodístics". Aquesta pràctica pot sorgir espontàniament o intencionadament. Els ciutadans poden gravar vídeos, fer fotografies o descriure situacions en les qual s'hi veuen involucrats o simplement veure-ho a través de les televisions i decideixen compartir aquesta activitat amb l'altra gent.

Shayne Bowman i Chris Willis²⁵, periodistes experts The American Press Institute l'anomenen diferent i proposen el nom de periodisme participatiu. Segons les dues periodistes, el periodisme participatiu comparteix similituds amb les altres definicions però incorpora la finalitat, el propòsit d'aquesta pràctica. La meta d'aquest exercici, tal i com afirmen les dues professionals, és aportar independència, fiabilitat, precisió, i informació plural i rellevant que les societats democràtiques necessiten.

La tecnologia dels nous mitjans, pàgines web i xarxes socials han fet el periodisme ciutadà més accessible a la població. Degut aquest desenvolupament tecnològic els ciutadans sovint poden informar-se de notícies d'última hora amb més rapidesa que els periodistes de mitjans tradicionals.

Aquest periodisme agafa molta embranzida a partir de l'any 2000 i un clar exemple va ser l'atac a les Torres Bessones del 2001, on multitud de vídeos, escrits, opinions, hipòtesis, testimoniats van envair les xarxes. Alguns dels altres esdeveniments que van colpejar la xarxa amb un munt de vídeos i imatges per part de periodistes ciutadans amateurs, pocs mesos més tard, van ser el 2001 mateix, el tsunami a Àsia, ja el 2005 l'uracà Katrina, el 2008 el terratrèmol a Xina o el 2011 a Japó. Recentment els atacs de la Sala Bataclan de París o Brussel·les són exemples més propers d'aquest periodisme ciutadà. Gran multitud de relats, opinions, anàlisis, imatges, vídeos del moment... durant aquests episodis han estat publicats a blogs o xarxes socials com Facebook, Twitter, Youtube o MySpace, considerades les xarxes més usades pels periodistes amateurs.

Algunes veus s'atreveixen a dir que aquest tipus de periodisme és el futur, una espècie de periodisme "del poble per als del poble", sense les jerarquies d'un periodisme tradicional que sovint obeeix a un estat social determinat i decideix els continguts no en funció de l'interès comú. Altres creuen que el periodisme professional mai morirà i que aquestes pràctiques són necessàries en societats democràtiques i han d'anar en paral·lel al periodisme professional. Però realment quines diferències hi ha entre les dues modalitats de periodisme?

²⁴ McMULLEN, S. (2009). *Understanding Citizen Journalism*. Recuperat el 5 d'abril

²⁵ BOWMAN, S.; WILLIS, Ch. (2003). *We media. How audience are shaping the future of news and information*. Recuperat el 22 d'abril. <http://www.hypergene.net/wemedia>

Tot seguit exposaré les diferències que la periodista Viktória Mirvajová²⁶ proposa entre periodisme tradicional i periodisme ciutadà en el treball “The Golden Age of Citizen Journalism”.

1. **Fonts:** el periodisme tradicional intenta anar a les fonts primàries a través d'entrevistes i documents, per llavors analitzar-ho i sintetitzar-ho. Les noves formes de periodisme, com Assignment Zero, depenen molt més de la multitud de la població que recull fonts, analitza i les distribueix arreu que no pas de les fonts tradicionals. Segons Mirvajová el periodisme ciutadà és encara més autèntic que el tradicional. El periodisme ciutadà depèn de les seves pròpies experiències, els seus problemes o relacions amb algú i poden esdevenir un recurs perfecte per a un periodista. Mirvajová, en el seu treball, afirma que els periodistes ciutadans no acosten la realitat de la mateixa manera que ho faria un professional, però en un sentit humà poden fer les històries o els relats millors.
2. **La frontera entre fets i les opinions:** La separació entre fets i opinions sol ser una discussió habitual entre els periodistes professionals. El caràcter, el sentit del periodisme ha canviat substancialment durant els últims anys i aquestes fronteres cada cop són més difuses però l'autora declara que encara podem distingir articles de notícies i opinions. Però això en l'àmbit dels periodistes ciutadans no és el mateix. S'ha constatat que moltes de les persones que no són professionals del sector de la comunicació ni del periodisme barregen fets objectius amb les seves pròpies opinions, actituds, tendències o inclinacions. És a dir, hi ha la inclinació que els periodistes ciutadans mostren molt més a les seves opinions.
3. **L'audiència:** Els continguts que creen els periodistes professionals de grans mitjans estan pensats per a àmplies audiències. En canvi, depèn del periodista ciutadà i del mitjà que exposi determinat contingut tindrà una audiència o altra. Per exemple, hi ha blogs a la xarxa que els llegeixen poques persones, però en canvi algunes persones amateurs penjen vídeos a YouTube que els veuen milers de persones. Aquest exemple vol demostrar que la mesura de l'audiència depèn molt del medi i el tipus on es publiqui el contingut, l'originalitat, la importància del fet.
4. **Actitud de veritat:** Els periodistes professionals han de respectar unes lleis, uns codis ètics, uns principis del periodisme que el periodista ciutadà no està limitat per aquestes normes. Alguns d'aquests criteris periodístics són la verificació de les fonts i dels fets, contrastar les fonts... Així doncs el periodisme ciutadà pel fet que no és un professional de periodisme té la llibertat de no complir-los, en aquest sentit, és quan apareixen mentides, manipulació d'informacions, mals entesos... que acaben distorsionant la realitat.
5. **Independència:** El periodisme ciutadà és capaç d'aprofundir les notícies que provenen dels mitjans de comunicació i de donar-les-hi un altre color. És a dir, una modalitat del periodisme entesa com una alternativa del periodisme tradicional capaç d'oferir

²⁶ MIRAJOVÁ, V. (2014). *The Golden Age of Citizen Journalism*. Sectio K. Slovakia.

informació independent. El periodista ciutadà no està regit per cap mena de codis deontològics ni línia editorial del mitjà, sinó com que no treballa per cap corporació pot publicar continguts que denunciïn veritats a mitges que els grans mitjans pretenen imposar. Fins i tot, aquest tipus de periodisme té una voluntat democratitzadora ja que els continguts creats per la mateixa població o audiència representen una gamma molt més plural i nombrosa de la societat que la del periodisme tradicional. En definitiva és un procés compartit en el qual tothom hi pot fer la seva aportació. A més a més, en països castigats per règims polítics o per la repressió de la llibertat d'expressió, el periodisme ciutadà ha estat una bona eina per donar veus alternatives a les minories.

La incorporació de la premsa a la xarxa

Ja fa temps que les xarxes socials s'han convertit en un canal de comunicació més. El desenvolupament d'aquestes xarxes socials i la seva popularització ha provocat que molt mitjans informatius hagin vist la necessitat d'incorporar-s'hi. Aquesta incorporació tal i com explica García de Torres²⁷ comença a partir de l'any 2009. La incorporació dels mitjans i les múltiples possibilitats que ofereix la xarxa al periodisme han provocat una impacte a molts nivells, entre els quals destaca l'adaptació dels usuaris o audiència a aquest tipus de periodisme 2.0.

Només a tall d'exemple la plataforma Twitter, des del seu naixement ha esdevingut clau en certs esdeveniments com a font informativa. Per exemple: el 2008 durant els atacs de Bombay, el 2011 el terratrèmol de Japó, el moviment del 15M el 2012 o recentment els atacs de París i Brussel·les.

En aquest context, tal i com apunta Silvia Martínez, professora de la UOC i experta en periodisme digital i xarxes socials, en el seu treball *La comunidad de los diarios digitales españoles en Twitter: análisis de la distribución y del perfil de la red de contactos*²⁸, els mitjans també exploren les possibilitats que ofereixen les xarxes per arribar a nous usuaris, atraure'ls i redirigir el trànsit d'audiència.

El professor de comunicació Enrique Dans²⁹ també identifica les oportunitats que ofereixen les xarxes socials als mitjans de comunicació:

“las actualizaciones se convierten en una manera de difundir información de manera rápida, inmediata: el uso de acortadores de URL con seguimiento de estadísticas como tr.im permite analizar rápidamente la anatomía del impacto producido por una

²⁷ GARCÍA DE TORRES, E. (2010). *La especialización periodística en el entorno 2.0: del microblogging temático al crowdsourcing de expertos*. Quesada. Barcelona.

²⁸ MARTÍNEZ, S. (2015). *La comunidad de los diarios digitales españoles en Twitter*. Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura.

²⁹ DANS, E. (2009). *Microblogging, redes y medios sociales*. Evoca Comunicación. Madrid.

actualización [...] la razón es evidente: la mayoría de los usuarios siguen a un cierto número de personas, de manera que quien no ve la actualización en el momento, es posible que ya no la vea: lo que no es tiempo real se entierra en la secuencia de actualizaciones posteriores. Por otro lado, las actualizaciones son también una vía de entrada, una herramienta del periodismo en su estado más puro, un pulso constante de lo que está sucediendo en cada momento, o incluso una manera de comunicarse con los implicados para solicitar más información”. (Dans 2009: 37)

Les noves opcions de participació, gràcies a les xarxes, modifiquen el model convencional de comunicació amb el públic i les fonts d'informació. Ara la importància, com van apuntar Christakis y Fowler³⁰, recau especialment en el vincle que s'estableix entre els usuaris de les xarxes socials. En el cas de Facebook, Instagram i Twitter, que actualment són les tres xarxes més utilitzades tant per la societat com pels mitjans, es crea un binomi de seguidors i seguits (followers i following). Bruns i Bruggess, tal i com recull en el seu treball Sílvia Martínez, caracteritzen aquesta estructura comunicativa com una xarxa a llarg plaç marcada per l'interès compartit on els missatges es fan visibles de manera automàtica pels seguidors.

“The imagined immediate audience for any one tweet is likely to be the user's network of followers; receiving responses from, or being retweeted by, these followers is seen as possible and perhaps even desired”. (Bruns i Bruggess 2012: 5-6)

L'entorn mediàtic i les noves possibilitats de participació afavoreixen el reforç del vincle d'afecte entre el lector i el mitjà en fer públic el seu compromís.

Boyd i Ellison³¹, descriuen els espais de les xarxes socials com: “web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semipublic profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system”.

Boyd i Ellison parlen d'una llista de contactes que el director The Guardian, Rusbridger, destaca la possibilitat per crear comunitat o xarxa de contactes entre algunes de les característiques que les xarxes socials ofereixen. Així doncs és important la xarxa de contactes o perfils que els mitjans de comunicació segueixen a les seves xarxes socials.

Aquestes paraules prenen importància per exemple en el moment en què analitzem els atemptats de París, molts mitjans de comunicació i periodistes d'arreu del món es van adonar del què passava a través de la xarxa.

Tot i això, la visibilitat que ofereixen les xarxes provoquen que qualsevol usuari pugui veure quina llista de contactes segueix cada mitjà, tota una declaració d'intencions que no passa desapercibuda.

³⁰ CHRISTAKIS, N. A.; FOWLER, J. H. (2010). *Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. Santillana Ediciones. Madrid.

³¹ BOYD, D.; ELLISON, N. B. (2007). *Social Network sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication.

Tot seguit llisto una sèrie de premisses o consells que hauria de complir el periodisme digital, a la xarxa, tal i com exposa Josep Lluís Micó en el llibre “Periodisme a la xarxa”:

- | | | | |
|-------------|---------------|----------------|-------------|
| - Exactitud | - Precisió | - Originalitat | - Propietat |
| - Claredat | - Senzillesa | - Brevetat | - Atracció |
| - Concisió | - Brevetat | - Varietat | - Color |
| - Densitat | - Naturalitat | - Ritme | - Sonoritat |

PART PRÀCTICA

Anàlisi de les respostes a la xarxa i cobriment que van fer els mitjans dels atemptats de París

Des de l'atac de les Torres Bessones el 2001, el món occidental ha viscut l'atac terrorista com una notícia alarmant que esglaiava a la ciutadania. A partir d'aquest esdeveniment la premsa ha tingut diferents respostes davant aquests fets inesperats i jo centro l'anàlisi en la resposta periodística dels fets de París a través dels nous mitjans. La nit del 13 al 14 de novembre de 2015 París va viure un dels episodis més violents dels últims temps amb atemptats a diferents punts de la ciutat: al bar Le Carillon del carrer Bichat, Stade de France a Sant Denis i a la Sala Bataclan, el més mortífer dels tres, el meu cas d'estudi en especial. A la sala Bataclan s'hi celebrava un concert del conegut grup de rock Eagles of Death quan de cop els terroristes van assaltar la sala i van disparar contra la multitud que assistia al concert. Després d'uns moments de molta tensió i de la presa d'ostatges la policia va entrar a la sala per abatre els terroristes que no s'havien immolat.

A continuació faig un *timing* dels diferents successos que van anar transcorrent a partir de les primeres hores després de l'atac.

- 22:45 Primeres explosions a la capital francesa
- 23:18 Alguns dels autors de la matança a París estarien lliures, segons apunten alguns mitjans francesos
- 23:21 Reunió d'urgència de François Hollande per l'atac de París
- 23:22 A hores d'ara sembla que hi podrien haver fins a seixanta ostatges sota el control d'un escamot armat
- 23:24 L'exèrcit i la policia blinden els carrers de París en un estat de màxima emergència
- 23:29 Un dels testimonis ha assegurat a mitjans de comunicació francesos que els atacants de la Sala Bataclan han cridat Allah Akhbar abans de començar a disparar indiscriminadament

- 23:33 La xarxa difon una imatge amb l'etiqueta #PrayForParis i una foto semblant a la de #JeSuisCharlie que es fa viral en pocs minuts

- 23:37 L'usuari de la plataforma de vídeos Vine, Arsenal Terje, publica un primer vídeo del moment de l'explosió a l'Stade de France. Aquest vídeo que mostra com els jugadors del partit de futbol que es disputava de sobte paren el joc espantats per una forta explosió té una gran repercussió. El van compartir més de 18.000 persones a través de diferents xarxes socials, 60.600 persones van posar un "like" al vídeo original de l'usuari a Vine i més de 6.000 persones van comentar esgarrifades per la catàstrofe. Actualment la versió original de la gravació a la plataforma Vine té més de 565.000.000 i segueix creixent minut a minut a hores d'ara encara. (<https://vine.co/v/iBb2x00UVlv>)

- 23:40 Alguns mitjans francesos parlen ja de 60 morts. No són xifres oficials

- 23:41 Bernardo Rodríguez que estava a l'Stade de France fa declaracions al 3/24 i explica que "Hi ha hagut 3 explosions en un minut, la gent ha començat a córrer, no ens han deixat marxar i hem anat a dins l'estadi, a la gespa"

- 23:41 Testimonis molt durs d'ostatges a la Sala Bataclan

El testimoni de Benjamin Cazenoves que va demanar auxili a través del seu compte personal de Facebook immediatament va commocionar la xarxa i esdevenia missatge viral en pocs minuts. Va publicar dos missatges a Facebook que narraven la situació de la sala i demanava ajuda immediata. Aquest missatge després va anar circulant per altres xarxes socials.

- 23:42 Un periodista francès que assistia al concert de la sala atacada ha assegurat que els assaltants han disparat de forma indiscriminada almenys durant uns deu o quinze minuts

- 23:47 Crida de l'Ajuntament de París perquè els ciutadans no surtin de casa seva

- 23:48 Barack Obama compareix en directe als Estats Units per valorar la situació

- 23:51 Registrat un nou tiroteig al centre comercial de Les Halles de París, segons Reuters i The Guardian

- 23:57 Tancament de fronteres

- 23:58 Alguns mitjans de comunicació parlen de l'11S francès

- 00:05 Primeres reaccions de solidaritat amb França a través de les xarxes, en especial a través de Twitter. Tuit de Mariano Rajoy que també esdevé molt popular a la xarxa: "Commocionado por las noticias que nos llegan de París. Francia tiene a su lado al pueblo español en estos momentos tan difíciles. MR"



- 00:07 Reacció a través de Twitter també del Govern de la Generalitat
- 00:15 Publicació dels primers articles a la xarxa sobre l'atemptat i les declaracions de Hollande
- 00:21 El periodista francès Vincent Menichini ha piulat a través del seu Twitter personal un vídeo des de l'Stade de France que el titula com "Hélicoptère, pelouse envahie, scènes surréalistes". La filmació, que mostra com els aficionats els han obligat a baixar a la gespa del camp, ha tingut 2.800 retuits i múltiples reaccions.
- 00:24 La Policia podria assaltar en aquests moments la sala Bataclan
- 00:34 Diversos mitjans informen que hi ha tirotejos i explosions dins la sala Bataclan
- 00:59 Un testimoni a Catalunya Ràdio: "No podem tornar a casa, estem tancats en un cafè a tocar de la sala Bataclan"

- 01:04 El periodista Juan Antonio Giner recorda amb aquest tuit que la sala Bataclan va donar el seu condol pels atemptats de Charlie Hebdo



- 01:09 El periodista Francesc-Marc Álvaro narra la dramàtica situació a través de fotografies i vídeos que penja al seu compte de Twitter personal. Diferents fotos i un vídeo que mostren el carrer Pierre Lescot, prop del Centre Pompidou. Un dels tuits diu així: "Ara: sirenes constants i policia pertot. Poques persones al carrer. Confusió. Tensió. Policia ordena la gent tancar-se a casa"

- 01:35 Estat Islàmic s'ha atribuït l'autoria, segons Euronews

- 01:35 Emotiu vídeo enregistrat pel periodista Alek Sánchez que ensenya com Els aficionats francesos abandonen l'Stade de France cantant La Marsellesa

- 01:45 Emotiu vídeo enregistrat pel periodista Alek Sánchez que ensenya com Els aficionats francesos abandonen l'Stade de France cantant La Marsellesa

- 01:45 La multitudinària Plataforma Facebook activa un botó perquè la gent informi que no li ha passat res a París

- 01:52 Sarkozy reacciona a través de Twitter i afirma que: "Les terroristes ont déclaré la guerre à la France. Notre réponse doit exprimer une fermeté et une détermination de chaque instant. –NS".

- 02:04 L'agència d'informació angles Sky News penja un vídeo a YouTube que es veu per primera vegada l'entrada de la policia a la sala.

(https://www.youtube.com/watch?v=aXy23tH_Z4c)

Múltiples reaccions a la xarxa

A banda d'aquestes reaccions a través de la xarxa també en voldria destacar d'altres. La xarxa durant aquells dies també va mostrar la seva vessant més solidària i de suport i es va convertir com un recurs de recerca per molt usuaris de Twitter que havien perdut amics o familiars que podien haver estat al lloc dels atacs. L'etiqueta #rechercheParis, entre d'altres també relacionades amb els atemptats, va esdevenir trending topic a Twitter.



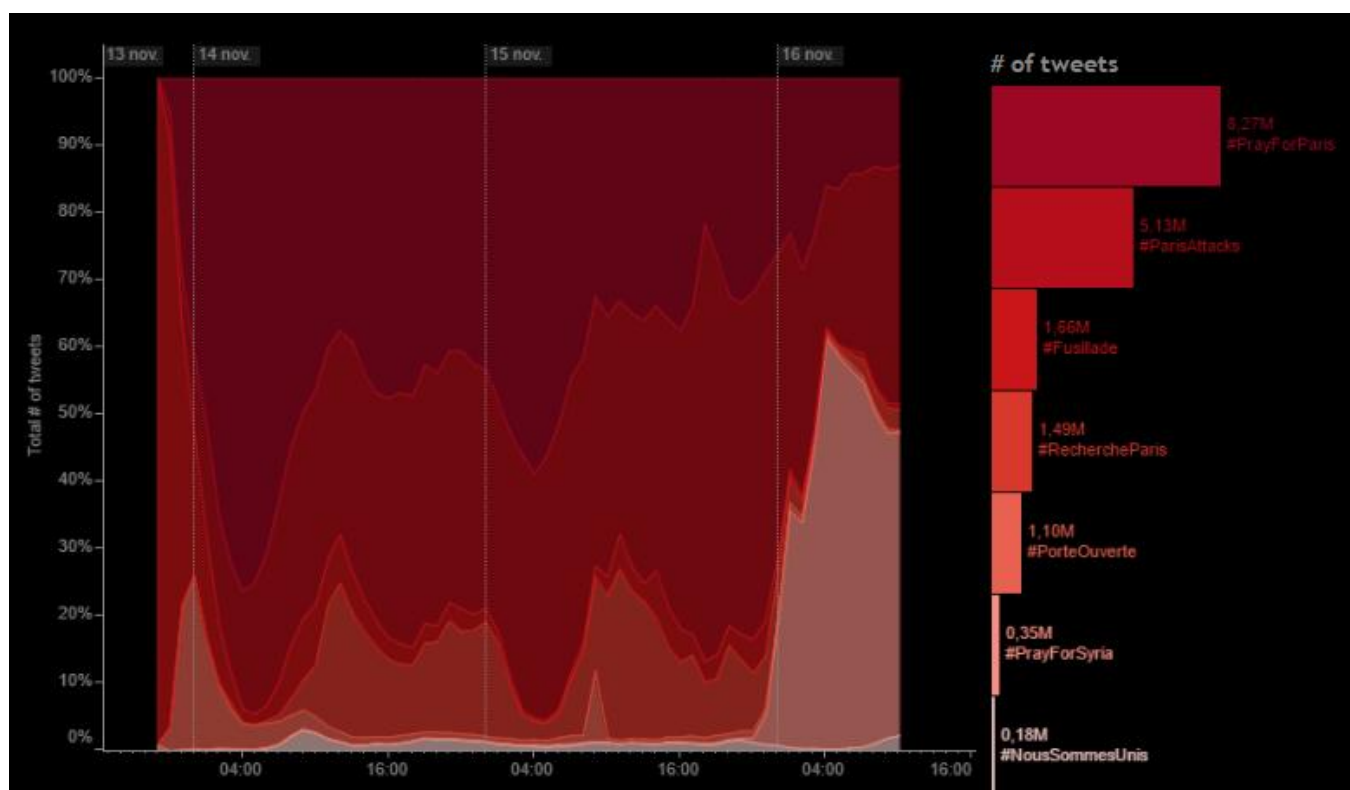
Mentre les televisions informaven en directe dels atacs i la policia desallotjava les zones de conflicte, a Twitter, els usuaris també es van abocar a acollir persones que buscaven un refugi a París. Amb l'etiqueta #PorteOuverte, o les variants #PortesOuvertes, #OpenDoor o #OffeneTüren molts usuaris oferien als que no tenien allotjament a París la possibilitat d'estar en un lloc segur.

Alguns dels altres hashtags més utilitzats per comentar la jornada van ser #Jesuisparis, #ParisAttacks, #Fusillade, #PrayforParis o #ParisAttacks

A continuació analitzo quines són les etiquetes que van tenir més repercussió a la xarxa Twitter i per quin motiu.

A la gràfica següent es pot observar quins són els set hashtags que van popularitzar més a la xarxa del 13 al 16 de novembre. El hashtag o etiqueta amb major nombre de tuits és #PrayForParis. Aquest hashtag va esdevenir popular a tot el món amb més de 8 milions de tuits que incorporaven aquesta etiqueta. Que sigui aquest i no un altre no és casual i ens fa adonar de la magnitud i el ressò de la tragèdia arreu.

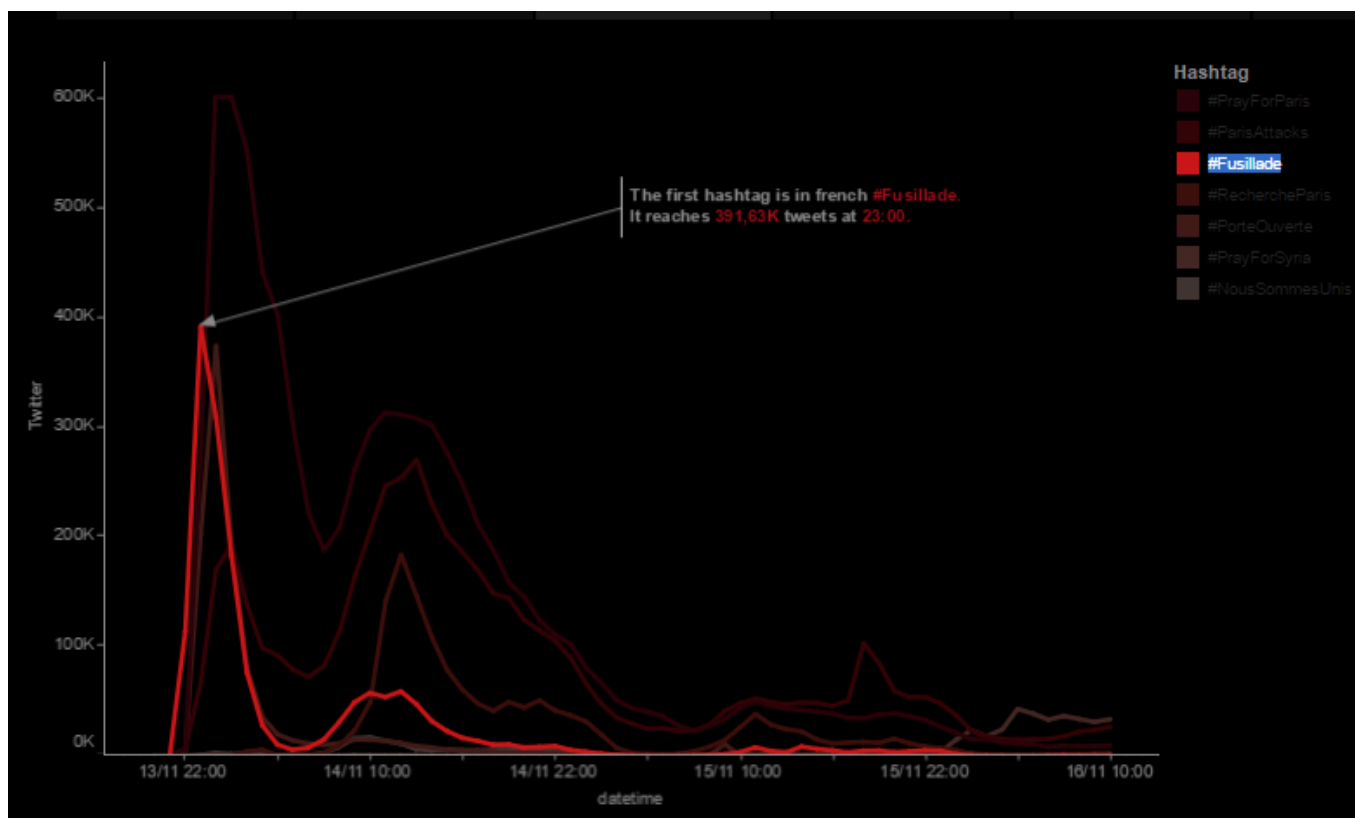
En segon lloc, el hashtag més utilitzat és #ParisAttacks, en tercera posició #Fusillade, quart #RechercheParis, cinquè #PorteOuverte i sisé #PrayforSyria. En última posició i amb una xifra d'aproximadament cent mil tuits #NousSommesUnis.



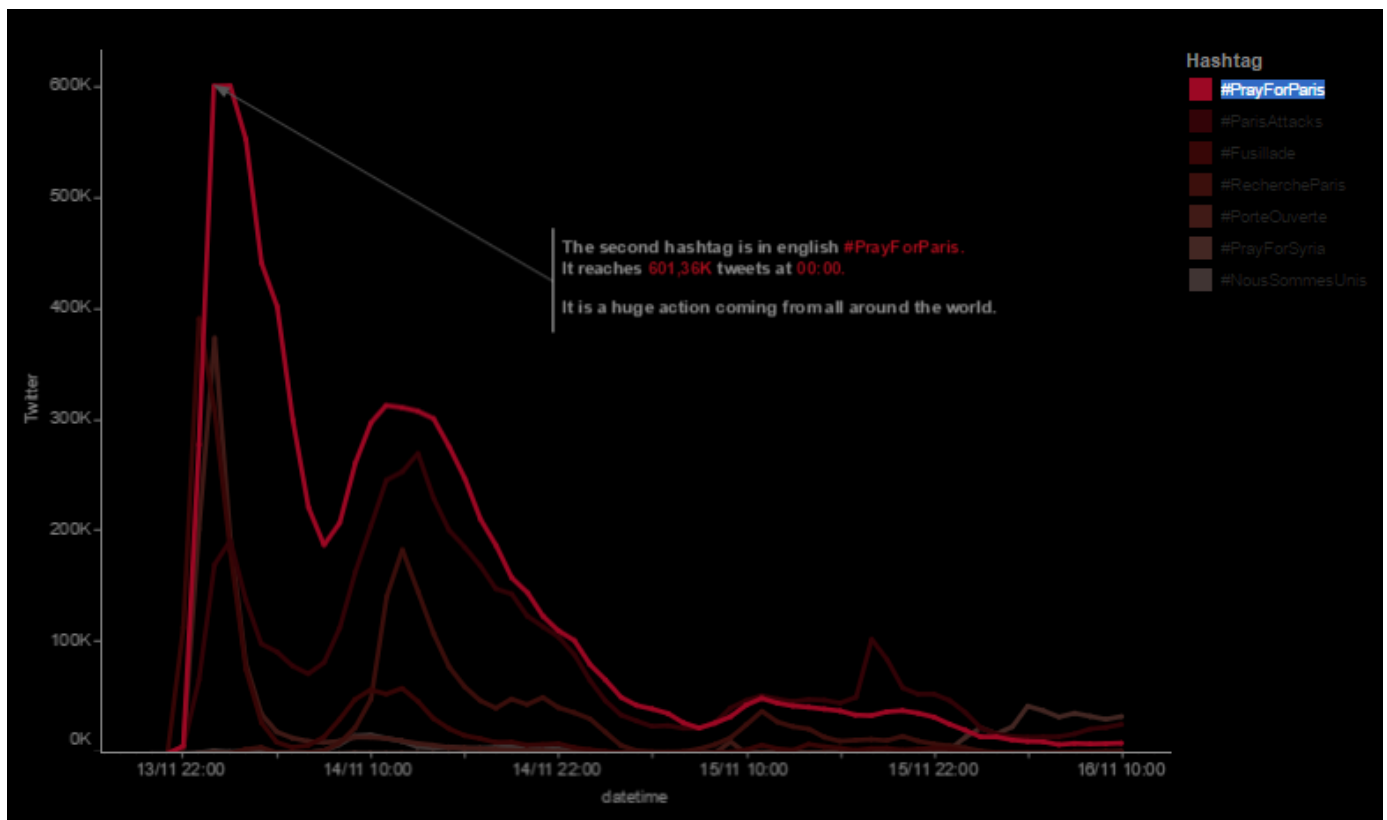
Gràfiques extretes de Tableau Public – How Twitter tells the story³²

La següent gràfica ens fa adonar de la progressiva internacionalització del fet. #Fusillade és el primer hashtag referent a l'atemptat que arriba a una audiència més alta amb més de 391,630 tuits a les onze de la nit, és a dir ben pocs minuts després dels atemptats. Aquest fet constata, com al principi és l'audiència francesa que reacciona més immediatament i com a poc a poc a altres hashtags (més internacionals) van agafant dimensió a la xarxa.

³² Tableau Public. *How Twitter tells the story*. Recuperat el 12 d'abril. <https://public.tableau.com/s/gallery/analysis-twitter-hashtags-following-paris-attacks>

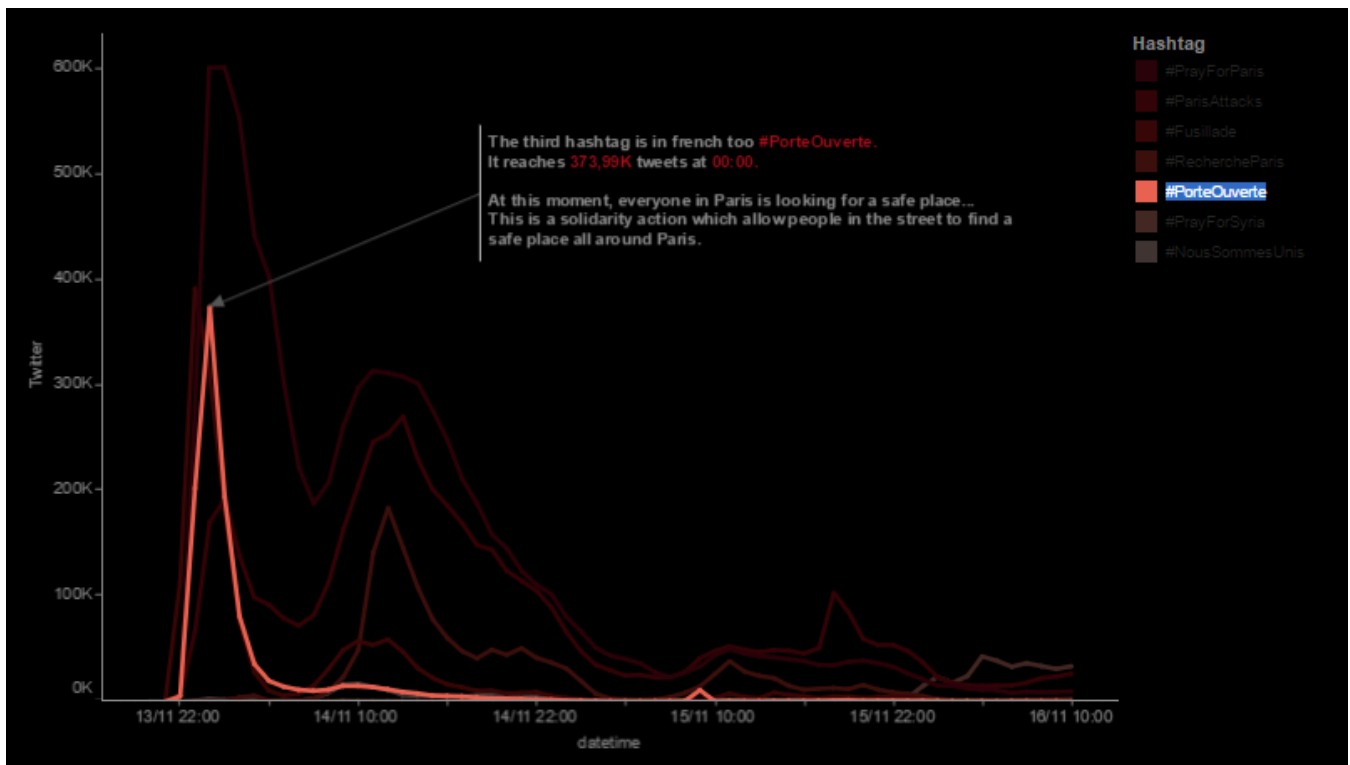


Gradualment el hashtag #Fusillade perd rellevància per deixar el relleu a #PrayForParis, el segon hashtag que puja a uns nivells de tuits més alts i que superarà a #Fusillade. Aquesta segona etiqueta ja no és amb francès i ja és amb anglès i agafa un impuls enorme amb pocs minuts. Aconsegueix arribar als 601.360 tuits a les 00.00h de la nit, una hora i poc després dels atemptats. És a dir, en aquest moment la tragèdia de París ja podem dir que ha pres una dimensió global en tan sols una hora.

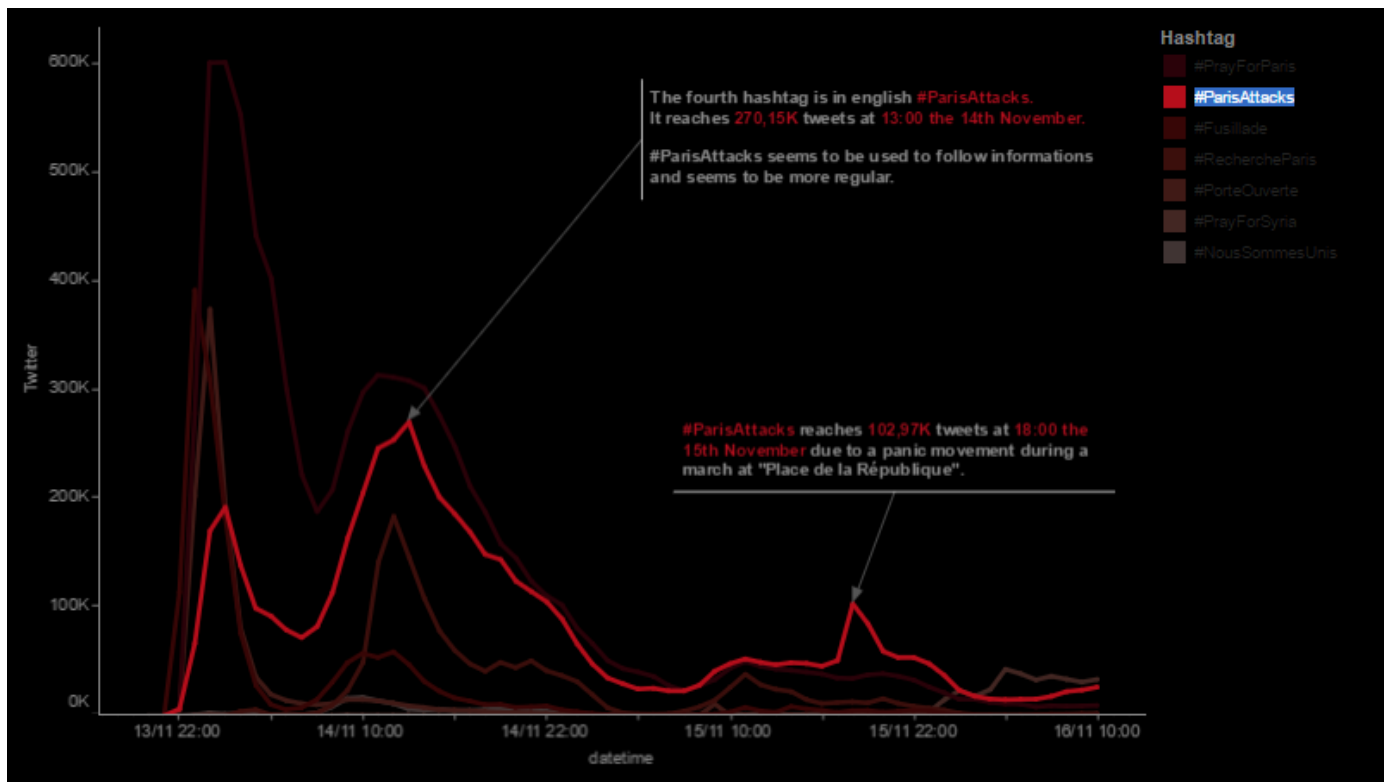


Com es pot apreciar a la gràfica següent, l'etiqueta #PorteOuverte, que finalment esdevé el cinquè hashtag amb major nombre de tuits, a les 00:00h de la nit arriba als 373.990 tuits. En aquest moment la gent busca un lloc segur a París i aquesta solidària iniciativa a través de la xarxa va donar refugi a molta gent en aquella crua nit de novembre.





I per últim analitzo un hashtag que segueix una tendència que en un primer moment pot semblar estranya. L'etiqueta #ParisAttacks, que finalment és el segon hashtag més utilitzat durant els atemptats de París, presenta nivells relativament baixos al principi comparat amb els altres hashtags, amb prou feines arriba als 200.000 tuits a la matinada del dia 14. És l'endemà dels atemptats que creix considerablement i a la 13:00h del migdia arriba als 270.000 tuits situant-se en aquells moments en el segon amb més audiència després de #PrayForParis. Aquesta curiosa dinàmica té una explicació i és perquè va ser una etiqueta que es va utilitzar especialment des dels mitjans de comunicació i els usuaris que seguien les informacions d'última hora referents a l'atac buscaven a través d'aquest hashtag. És a dir, una tendència més regular comparat amb els altres. Tot i això, el dia 15 de novembre, quan tots els altres hashtags han baixat ja el nombre de tuits substancialment, aquest en concret presenta un petit creixement que es deu a un petit incident que es va veure a la Plaça de la República i que semblava un nou atac. Per un moment, el pànic va tornar a apoderar-se de París i de la xarxa.



Altres reaccions

Per altra banda, molts internautes per donar suport van canviar les seves fotografies dels perfils virtuals per banderes franceses amb crespons negres. Milers d'usuaris van escollir la plataforma Instagram per mostrar el seu suport i més de 70 milions de persones van publicar alguna fotografia a la plataforma. En total van haver 430 milions d'interaccions a Instagram en només les primeres 24 hores entre els comentaris dels usuaris, els likes per foto, publicacions... a més de 200 països.

Els hashtags més utilitzats a la plataforma Instagram van ser:

#prayforparis #paris #jesuisparis #france #prayersforparis #peace #pray
#prayfortheworld #love #peaceforparis

I l'altra xarxa social, a banda de Twitter i Instagram, que també va bullir amb comentaris i debats de tota mena va ser Facebook que va activar una eina per a situacions d'emergència. Aquest mecanisme permet situar les persones que són a la zona dels atemptats i informar si estan bé. El sistema es diu "safety check" i permet als usuaris que siguin a París notificar als seus contactes que estan bé. Facebook només va enviar aquesta notificació a tots els usuaris que es va detectar que estaven a París o a prop de la capital. Malauradament, Facebook va haver de tornar a activar aquest sistema pels atemptats de Brussel·les i també va tenir un gran èxit entre els internautes.

Però a part de tots aquests avantatges que poden tenir les xarxes socials en moments d'emergència com aquests, també té el perill de fer circular notícies falses per mala fe o per error. Informacions o imatges falses que no són contrastades i que en moments d'emergència provoquen un grau de desinformació elevat. Amb la rapidesa que caracteritza aquestes xarxes, la nit dels atemptats Internet es va omplir d'alertes de tota mena.

Informacions falses a la xarxa

Entre elles, algunes de falses també, que el diari Le Monde va recollir:

- Un usuari de Twitter va fer córrer unes imatges de la ciutat de París pràcticament deserta dient que eren de l'endemà dels atacs. Les fotografies són d'anys anteriors i fetes expressament amb finalitats promocionals de campanyes publicitàries.



subversif Perrin @subversifperrin · 21 h
la Mairie de #Paris fait dans sa culotte et diffuse un message à la con"même pas peur"ridicule #AttentatsParis



- També es va difondre per Twitter aquest suposat missatge d'un cartell il·luminat dinàmic de l'Ajuntament de París amb un missatge en favor de la unitat, contra la por i contra el terrorisme i l'extremisme. L'havia creat algú amb un giny que permet de simular missatges d'aquests plafons informatius municipals.

- Una tercera imatge falsa que va circular va ser la d'una manifestació d'alemanys per a condemnar els atacs de París. Era una manifestació de l'organització xenòfoba Pegida del desembre del 2014.



- Fins i tot l'ambaixador francès als EUA va caure en el parany d'una fotografia falsa. Algú va fer circular una imatge del grup que tocava a la Bataclan, Eagles of Death Metal, com si fos una fotografia de pocs minuts abans de l'atac. Però corresponia a un concert a l'Olímpia de Dublín difosa el dia abans. L'ambaixador Gérard Araud la fa repiular, com es pot veure en la captura d'imatge que hi ha a continuació:



Exemples de periodisme ciutadà a París

Últimament amb l'augment d'ús de xarxes socials, en especial de Twitter, Facebook i Instagram el periodisme ciutadà està més a l'abast de tothom. És a dir, qualsevol usuari té la capacitat de penjar informacions a la xarxa i provocar-ne cert ressò. Els atemptats de París a la Sala Bataclan i els de Brussel·les recentment són bons i interessants exemples per analitzar com el periodisme ciutadà o amateur és capaç de difondre informacions a escala global.

Aquests últims fets han obert un debat de nou, i han posat en qüestió la feina del periodista un cop més. És a dir, persones que no són periodistes ni tenen formació en aquest àmbit com a través de xarxes socials poden suplir en certa manera la feina del periodista. Aquestes discussions replantegen el model de periodisme i posen sobre la taula múltiples testimonis que aporten informació directa abans que els propis periodistes. Perquè la definició de periodisme ciutadà exacte, possiblement no existeix, però si que ens podem fer la pregunta si un tuit, una publicació a Facebook o una foto a Instagram són mostres de periodisme ciutadà. I si no és periodisme ciutadà, doncs què és?

La nit del 13 al 14 de novembre de 2015 París va viure un dels episodis de violència més tràgics dels últims temps. Un seguit d'atacs simultanis a diferents punts de la capital van causar més d'un centenar de morts. Un dels punts més afectats per la tragèdia va ser la sala de concerts Bataclan on tocava el conegut grup de rock "Eagles of Death". Durant l'atac els terroristes van

disparar contra la multitud que assistia al concert i van prendre ostatges. Finalment, després d'un moment d'autèntic drama, la policia va alliberar els retinguts.

Durant aquest episodi de por i caos la xarxa va ser el refugi d'alguns assistents del concert que aportaven informació instantània del què passava moment a moment a la sala i demanaven ajuda constant. A banda dels propis retinguts a la sala que van informar amb la immediatesa màxima dels fets, milers i milers d'usuaris van crear autèntics estats d'opinió pública i debats a través de les xarxes a escala internacional, amb tan sols pocs minuts després que passés l'incident. Durant aquest episodi, la narració informativa dels atemptats es va desenvolupar principalment a través de Twitter, que ja és considerada com la xarxa de referència per a situacions d'emergència.

Des del novembre del 2009, Twitter es va posicionar clarament com un mitjà d'informació al reformular la pregunta que interpel·la als usuaris abans d'escriure o publicar qualsevol post. Tal i com Evan Williams va explicar a la conferència que va fer a l'empresa O'Reilly inicialment la pregunta era més de caràcter personal i generalisa, *What are you doing?*, i l'actual és més potent des d'un punt de vista informatiu, *What's happening?* T'incita a escriure i retransmetre el que està passant.³³

Tal com expressa Castells: "diríamos que Twitter representa la plataforma de autocomunicación de masas por excelencia, pues su capacidad de interacción en tiempo real es superior a cualquier otra red social". (Castells 1996:102) Tan sols per fer-nos una idea de la dimensió, durant les primeres vint-i-quatre hores es van registrar 67.000 piulades per minut. Twitter és una eina molt útil per a aquest tipus de situacions ja que la viralitat, la immediatesa i les etiquetes que ofereix la xarxa són claus en moments com aquest. La viralitat de Twitter s'explica per una característica que altres xarxes socials no ofereixen i que la distingeix de les altres. Els usuaris de Twitter poden decidir quins missatges volen rebre, però no necessàriament qui pot rebre els seus propis missatges, és a dir mitjançant el retuit, la major eina de Twitter per la viralització de missatges, milers de persones podran veure el teu tuit.

Tot i això també pot ajudar a crear el caos i la desinformació com més endavant exemplifico.

Segons Kaplan y Haenlein³⁴, els avantatges i característiques d'aquesta xarxa en situacions com la de París són: (1) the creation of ambient awareness; (2) a unique form of push-push-pull communication; and (3) the ability to serve as a platform for virtual exhibitionism and voyeurism. (Kaplan i Haenlein 2011: 59-68)

Amb el terme *ambient awareness*, Kaplan i Haenlein es refereixen a una nova forma de consciència social que els internautes de les xarxes socials experimenten amb el contacte amb el cercle social que els hi proporciona la xarxa.

³³ O'REILLY MEDIA. (2009). *Web 2.0 Summit 2009: Evan Williams and John Battelle*. www.youtube.com. Recuperat el 25 d'abril. <https://www.youtube.com/watch?v=p5jXcgZnEa0&feature=youtu.be>

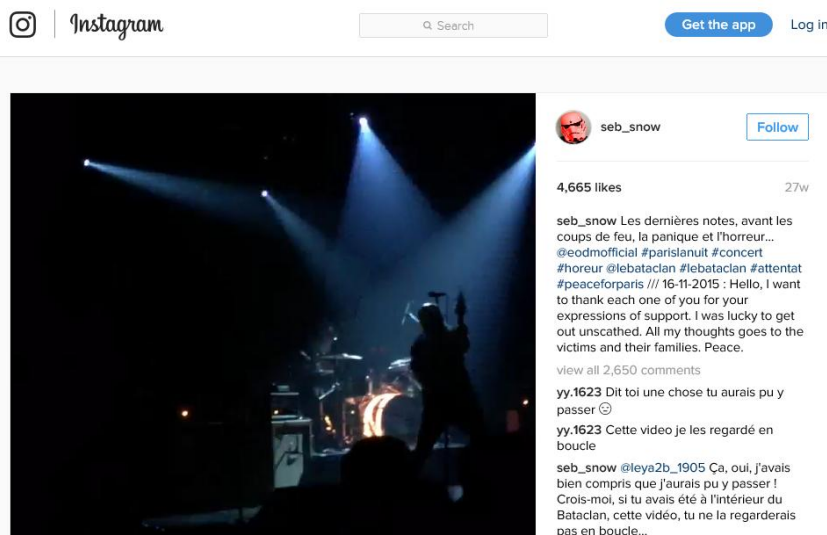
³⁴ KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. (2011). *The early bird catches the news: Nine things you should know about micro-blogging*. Business Horizons, núm. 54

El sistema de comunicació push-push-pull que parlen Kaplan i Haenlein és un altre dels avantatges de Twitter. Aquesta estructura fa referència a:

1. Intercanvi de missatges públics a través de la xarxa de microblogging, a diferència de Facebook
2. El grau de viralitat dels missatges. La possibilitat que el receptor repliqui amb un RT (retuit) el teu missatge si el troba suficientment interessant (aquest sistema és la base de la viralització i missatges multitudinaris a Twitter)
3. El receptor del missatge ha d'obrir a vegades un enllaç extern (pull) per accedir a la resta d'informació del tuit. Això és degut a la brevetat dels textos, a vegades els usuaris acompanyen els missatges amb links d'altres pàgines web per ampliar la informació.

Tot seguit exposo alguns dels comentaris o testimonis que van circular i van tenir un ressò més gran a la xarxa. Per exemple les paraules que Benjamin Cazenoves, un dels assistents al concert, va publicar al seu compte de Facebook personal demanant ajuda urgent. Mentre succeïa la tragèdia va anar narrant la situació per la xarxa. Aquest missatge va ser un dels més replicats durant la nit dels atemptats i els tres següents dies.

Una publicació d'Instagram que va tenir especial ressò va ser un vídeo de l'usuari @seb_snow que mostra un petit fragment del concert i just al final de la reproducció s'escolten els primers trets a la sala i com els músics s'amaguen ràpidament. Aquesta és l'única gravació que hi ha del moment dels trets a dins la sala.



Una de les més multitudinàries va ser l'escrit i la imatge d'Isabel Bowdery, una supervivent dels atacs que es va convertir en una autèntica heroïna per fer-se la morta durant una hora mentre els terroristes mataven als seus companys. Després dels atacs l'Isabel va publicar una imatge de la samarreta que duia al concert amb taques de sang i un escrit a Facebook que va commocionar i emocionar a milers d'usuaris.

You never think it will happen to you. It was just a friday night at a rock show. the atmosphere was so happy and everyone was dancing and smiling. and then when the men came through the front entrance and began the shooting, we naiively believed it was all part of the show. It wasn't just a terrorist attack, it was a massacre. Dozens of people were shot right infront of me. Pools of blood filled the floor. Cries of grown men who held their girlfriends dead bodies pierced the small music venue. Futures demolished, families heartbroken. in an instant. Shocked and alone, I pretended to be dead for over an hour, lying among people who could see their loved ones motionless.. Holding my breath, trying to not move, not cry - not giving those men the fear they longed to see. I was incredibly lucky to survive. But so many didn't. The people who had been there for the exact same reasons as I - to have a fun friday night were innocent. This world is cruel. And acts like this are suppose to highlight the depravity of humans and the images of those men circuling us like vultures will haunt me for the rest of my life. The way they meticoulsy aimed at shot people around the standing area i was in the centre of without any consideration for human life. It didn't feel real. i expected any moment for someone to say it was just a nightmare. But being a survivor of this horror lets me able to shed light on the heroes. To the man who reassured me and put his life on line to try and cover my brain whilst i whimpered, to the couple whose last words of love kept me believing the good in the world, to the police who succeded in rescuing hundreds of people, to the complete strangers who picked me up from the road and consoled me during the 45 minutes I truly believed the boy i loved was dead, to the injured man who i had mistaken for him and then on my recognition that he was not Amaury, held me and told me everything was going to be fine despite being all alone and scared himself, to the woman who opened her doors to the survivors, to the friend who offered me shelter and went out to buy new clothes so i wouldnt have to wear this blood stained top, to all of you who have sent caring messages of support - you make me believe this world has the potential to be better. to never let this happen again.

But most of this is to the 80 people who were murdered inside that venue, who weren't as lucky, who didnt get to wake up today and to all the pain that their friends and families are going through. I am so sorry. There's nothing that will fix the pain. I feel priviledged to be there for their last breaths. And truly beliving that I would join them, I promise that their last thoughts were not on the animals who caused all this. It was thinking of the people they loved. As i lay down in the blood of strangers and waiting for my bullet to end my mere 22 years, I envisioned every face that I have ever loved and whispered I love you. over and over again. reflecting on the highlights of my life. Wishing that those i love knew just how much, wishing that they knew that no matter what happened to me, to keep belieivng in the good in people. to not let those men win. Last night, the lives of many were forever changed and it is up to us to be better people. to live lives that the innocent victims of this tragedy dreamt about but sadly will now never be able to fulfil. RIP angels. You will never be forgotten.

Mai penses que et pugui passar a tu. Era un divendres a la nit a un concert de rock. L'atmosfera que es respirava a la sala era tan feliç i tothom ballava i somreia. I de sobte, uns homes van arribar i van començar a disparar. Al principi creiem innocentment que formava part de l'espectacle.

No va ser només un atac terrorista, sinó una massacre. Desenes de persones van ser assassinades davant meu. El terra estava ple de basses de sang. Homes que agafaven en braços els cossos de les seves esposes mortes. Famílies amb el cor trencat. Tot va passa en un sol instant. Commocionada i sola, vaig fingir estar morta durant més d'una hora, estirada entre les persones que podien veure els seus éssers estimats immòbils... Contenint la respiració, intentant no moure'm, de no plorar i de no mostrar la por i desesperació que aquests homes volien veure. Vaig tenir una sort increïble de sobreviure. Molts no la van tenir. Les persones que van estar allà, per les mateixes raons que jo, per passar una divertida nit, eren innocents.

El món és cruel. Les imatges d'homes donant voltes al nostre voltant com voltors em turmentaran sempre més. La forma que apuntaven meticulosament a la gent del voltant meu, sense cap consideració humana... No creia que fos real. Esperava que algú em digués en algun moment que només era un somni. Però haver sobreviscut aquest horror em permet donar llum als herois. L'home que em va tranquil·litzar i va posar la seva vida en risc quan va cobrir el meu cap amb una manta mentre cridava, la parella que va mantenir unes últimes paraules d'amor al voltant meu, la policia que va rescatar amb èxit a centenars de persones, als desconeguts que em van recollir al carrer i que em van consolar durant 45 minuts pensant que el noi que estimava havia mort, l'home ferit que el vaig confondre amb ell i després vaig veure que no ho era. Amaury em va agafar i em va dir que tot sortiria bé malgrat que ell també sol i espantat, la dona que va obrir les portes als supervivents, l'amiga que em va oferir refugi i se'n va anar a comprar-me roba nova perquè no hagués de portar la samarreta tacada de sang, a tots els que m'heu enviat missatges de suport (em feu creure que aquest món té potència per ser millor. Perquè no torni a passar de nou).

Però això és sobretot per les 80 persones que van ser assassinades a l'interior d'aquest lloc, que no van ser afortunades, que no es despertaran avui, per la tristesa pel dolor dels seus amics i familiars. Ho sento. No hi ha res més que pugui alleugerir el dolor. Em sento privilegiada d'haver estat allà pels seus últims sospirs. I creure que jo m'havia d'unir a ells, us prometo que els seus últims pensaments no eren per tots els animals que van causar tot això. Van ser per les persones que estimaven.

Mentre estava estirada al terra a la sang d'altres i esperant la bala que posaria fi als meus 22 anys de vida, vaig veure cares de qui he estimat i els hi he dit t'estimo. Una i una altra vegada. Recordant els millors moments de la meua vida. Desitjant que aquells qui estimo ho sabessin, desitjant que ho sabessin independentment del que em passés, i seguissin creient en la bona gent. Que no deixessin guanyar a aquests homes. Aquella nit, la vida de molts va canviar per sempre i depèn de nosaltres que siguem millors persones. Que visquem les vides que les víctimes innocents d'aquesta tragèdia somiaven, però lamentablement, ara, no podran viure.

Descanseu en pau, àngels. Mai us oblidarem.



Isobel Bowdery
Segueix · 14 / novembre / 2015 ·

you never think it will happen to you. It was just a friday night at a rock show. the atmosphere was so happy and everyone was dancing and smiling. and then when the men came through the front entrance and began the shooting, we naively believed it was all part of the show. It wasn't just a terrorist attack, it was a massacre. Dozens of people were shot right in front of me. Pools of blood filled ... Mostra'n més...

M'agrada · Comparteix

Mark Zuckerberg i 2,9M més

compartit 786.271 cops · 614 comments

Mostra els comentaris anteriors · 6 de 614

- Jolandi Hanekom** Steven Janicki Tanja Hanekom
M'agrada · 12 · 17 / novembre / 2015 a les 16:36
- Charlotte Jabbari** Grace Jabbari Lisa Dalton
M'agrada · 9 · 27 / novembre / 2015 a les 23:16
- Brittany Taylor** Kim Matschassek
M'agrada · 9 · 29 / novembre / 2015 a les 18:56
- Martyn Lenoble** Much love.
Mostra la traducció
M'agrada · 17 · 9 / desembre / 2015 a les 03:07

Aquesta publicació va ser de les publicacions a les xarxes amb més ressò, en concret va aconseguir més de 2.915.000 likes a Facebook i més de 700.000 persones la van compartir a part dels milers de comentaris de suport i coratge.

A banda d'aquests casos de periodisme ciutadà, pròpiament, també la xarxa va vibrar amb el testimoni Julien Pearce, el periodista de la ràdio francesa Europe1 que va presenciar en directe l'atac i va ajudar a diverses persones que patien ferides greus. A banda, d'un bon testimoni per explicar els fets, pocs minuts després de l'atac va fer pública una imatge del concert al seu compte de Twitter personal que també va esdevenir un missatge de masses.

Julien Pearce @JulienPearce · 14 nov. 2015

21h46: quelques secondes plus tard, l'horreur. #Paris #Bataclan

1,4 K · 873

Pocs dies més tard, el 17 de novembre publicava un altre missatge al seu compte de Twitter que encara esdevenia més multitudinari pel seu to humà.



Julien Pearce @JulienPearce · 17 nov. 2015

Merci de m'aider à retrouver la jeune femme blessée que j'ai portée dans mes bras en sortant du #Bataclan.

Je t'ai portée dans mes bras jusqu'à un taxi. À l'angle de la rue Oberkampf et du boulevard des Filles du Calvaire. J'ai demandé au chauffeur de t'amener à l'hôpital le plus proche et de « se magner le cul ». Il devait être 22h15-20. Il y avait un jeune homme avec toi. Tu perdais beaucoup de sang. Tu disais avoir reçu une balle dans la fesse, mais j'ai remarqué que ta cuisse aussi avait été touchée. Tu es jeune, brune et tu portais un jean et un chemisier. Je ne sais rien d'autre de toi. J'espère que tu t'en es sortie. C'est tout ce que je veux savoir.

16 K 5,6 K

Le Monde a Facebook, YouTube, Twitter i Instagram

Tot seguit aprofitant que el periodista que he entrevistat, en Daniel Psenny, treballa a la secció audiovisual de Le Monde analitzaré com aquest diari en particular utilitza les xarxes socials com a eines d'informació.

Le Monde és un diari francès fundat per Hubert Beuve-Méry i publicat de manera continuada a París des de la seva primera edició el 19 de desembre de 1944. Aquest és un dels tres mitjans de referència a França juntament amb Le Figaro i Libération.

El Facebook i Twitter són les principals xarxes socials que utilitzen els mitjans de comunicació a Europa. Le Monde, el diari de centre-esquerra francès, va ser un dels primers a incorporar-se a les noves tecnologies. El desembre de 1995 ja es podia trobar a Internet. El maig del 2008 s'incorporava a Facebook i el maig del 2009 s'afegia a Twitter. I més tard, el 2010 s'afegia a YouTube i a poc a poc ha anat incrementant l'activitat en aquesta plataforma. Una de les altres xarxes que actualment ha agafat més embranzida és Instagram i Le Monde hi és present des del 2012 publicant una mitjana de 4 fotografies periodístiques diàries. Durant aquest temps l'evolució d'aquest diari no es pot entendre sense la vinculació en el món digital i de les xarxes.

A continuació analitzo el número de seguidors que té aquest diari a cada xarxa social. A l'hora de fer l'anàlisi s'han pres dades del compte principal a la xarxa social corresponent, ja que el mateix mitjà disposa d'altres perfils a cada xarxa especialitzats en societat, política, esports, televisió...

XARXA SOCIAL	NOMBRE de SEGUIDORS (followers)	USUARIS QUE SEGUEIX EL MITJÀ (following)
FACEBOOK	3.109.472	39
TWITTER	5.436.172	369
YOUTUBE	15.292	-
INSTAGRAM	186.000	552

Les dades que ens mostra aquesta taula reflecteixen el nombre de seguidors que té el mitjà en les diferents xarxes socials i el número de persones que el mateix diari segueix. Cal destacar que Le Monde, després de Le Figaro i Libération, és el diari amb més seguidors i més reconegut de tot França. Aquest fet li garanteix un bon posicionament a les xarxes socials i una popularitat i capacitat d'influència alta que altres mitjans no tenen. Tot i això, les xifres de la taula anterior constaten un desequilibri substancial entre els followers i followings. Una inestabilitat, potser no tan aguda, però que també presenten altres diaris de renom del país. Per exemple Le Figaró té 2 milions i poc de seguidors a Twitter i segueix a més persones que Le Monde, concretament a 475. El fet que mitjans com aquest segueixin a poques persones des del seu compte els experts ho atribueixen a la capacitat d'interacció i xarxa de contactes que el mitjà vol forjar amb altres usuaris. El 80% dels seguidors que Le Monde segueix són treballadors, corresponsals i periodistes del mateix diari, a banda de seguir els altres perfils que tenen a les xarxes. A més, també segueixen algun altre mitjà de renom com The Guardian, El País o la BBC.

Precisament el director The Guardian, Alan Rusbridger, en el seu article, *Why Twitter matters for media organisations*, destacava la capacitat de la xarxa social Twitter per crear una agenda de contactes potent en el món de la comunicació.

“Many people still don't quite understand that Twitter is, in some respects, better than Google in finding stuff out. Google is limited to using algorithms to ferret out information in the unlikeliest hidden corners of the web. Twitter goes one stage further – harnessing the mass capabilities of human intelligence to the power of millions in order to find information that is new, valuable, relevant or entertaining”.(Rusbridger 2010: 1)

Aquest nombre baix de followings de Le Monde contrasta amb altres diaris de renom a Europa com The Guardian que segueix a més de 1.000 usuaris a Twitter.

Sonia González i Fátima Ramos a l'estudi *El uso periodístico de Facebook y Twitter: un análisis comparativo de la experiencia europea*³⁵ analitzen la presència a les xarxes, en especial Facebook i Twitter, de mitjans de referència a nivell europeu. En el seu treball arriben a la conclusió que els mitjans anglesos com The Guardian són els que es mostren més receptius i

³⁵ GONZÁLEZ, S.; RAMOS, F. (2013). «El uso periodístico de Facebook y Twitter: un análisis comparativo de la experiencia europea». Historia y Comunicación social. Núm. 18, noviembre

disposats a seguir altres perfils d'altres usuaris, mentre que els menys propensos són els espanyols. Així doncs Le Monde es troba en una posició entremig.

Aquest número baix de followings a la xarxes que presenta no només Le Monde sinó també altres diaris, Silvia Martínez, experta en comunicació digital i xarxes socials de la UOC, ho atribueix a un menor interès del mitjà per accedir a nous usuaris i consolidar les relacions amb els lectors. Segons la Sílvia, aquesta és una de les debilitats que els mitjans de comunicació no exploten prou de les opcions de connexió que ofereixen les xarxes socials.

Una altra de les mancances que altres experts també ressalten és el baix grau d'interacció o conversa amb els seguidors, per promocionar continguts del mitjà. És a dir, s'observa que els mitjans responen poc els dubtes, preguntes que els lectors els fan a través de la xarxa. En el cas de Twitter hi ha una baixa presència de retuits d'altres comptes, poques mencions a usuaris...

Tal com conclou l'estudi *La gestión de los Social Media en los medios informativos iberoamericanos* realitzat per Elías Said Hung i altres professors d'universitats llatino-americanes, el principal problema

“es el lento proceso de transformación de la cultura organizacional y profesional de muchos de los periodistas que ejercen sus labores en el interior de estos medios, quienes aún se encuentran mediados por los modelos tradicionales propios de escenarios periodísticos no digitales”. (Said 2013: 3)

En el cas concret del reconegut diari de Le Monde, tal i com es pot veure a les seves xarxes socials, si que han incorporat aquest esperit digital des dels inicis i l'alimenten dia a dia. Le Monde interacciona amb els usuaris, es mostra obert i receptiu a través de les xarxes. Per exemple, en el seu canal de Facebook, on el diari publica de mitjana entre quaranta i cinquanta posts al dia, es pot observar que no només publica notícies del propi mitjà sinó que també ho fa d'altres portals informatius que poden ser d'interès per als seus lectors. També comparteix notícies d'altres perfils de Le Monde mateix i també d'altres agències d'informació. En el cas de Twitter, la xarxa on Le Monde té més seguidors, l'activitat és major i hi ha més interacció entre usuaris a través dels retuits que en relació a les altres xarxes, i també amb treballadors, corresponsals i periodistes del propi mitjà. Així, doncs estem davant d'una situació antagònica a la presentada que busca la bona inserció de les xarxes en la dinàmica del prestigiós mitjà.

Estudi de cas: vídeo Daniel Psenny (Sala Bataclan)

El dissabte 14 de novembre a les 09:50h del matí aproximadament, el diari francès Le Monde publica una gravació a la plataforma d'allotjament de vídeos, Dailymotion, de la fugida de les víctimes de la Sala Bataclan per la sortida d'emergència gravat per Danniell Psenny, un periodista del mateix mitjà. El vídeo està gravat des del balcó de casa el periodista, just darrere la sala de concerts. A la filmació se senten crits d'horror, persones arrossegant cossos de ferits pel carrer, una dona embarassada penjant de la finestra mentre intentava escapar, i els crits de

socors del periodista Daniel Psenny que va exclamar des de casa seva: “Què passa, què passa...?”

Daniel Psenny és un periodista del diari Le Monde que treballa a la secció audiovisual del mitjà. En el moment dels fets Psenny mirava tranquil·lament la televisió a casa seva quan de sobte va sentir forts sorolls que al principi va pensar que eren de la mateixa pel·lícula que estava mirant. Ràpidament va adonar-se que no era la pel·lícula i que alguna cosa greu passava al carrer. Va sortir al balcó i començà a cridar *què passa?* mentre la gent intentava escapar per la porta d'emergència de la Sala Bataclan. Tal i com explica a l'entrevista, que vaig tenir l'oportunitat de fer-li, és l'instint periodístic el que el fa reaccionar i gravar aquelles dures escenes. Avisa al diari Le Monde i li expliquen que hi ha tirotejos a diferents punts de París. Sense més pensaments decideix baixar al carrer i ajudar les víctimes perquè es puguin refugiar a l'entrada de l'edifici on viu ell. Però quan va sortir a fora i comença a obrir les portes del portal, un dels terroristes el va disparar des de la finestra de la Bataclan i el va tocar al braç. Per sort va poder ajudar un turista nord-americà amb qui va quedar reclosos al portal de casa seva esperant que la policia intervingués.

Aquesta gravació que va realitzar en Daniel Psenny és d'especial importància ja que és l'única que se'n té constància del moment dels atemptats a la Sala Bataclan. Per aquest motiu va esdevenir un autèntic recurs audiovisual per a moltes televisions el dia després dels atacs. Un cop Le Monde va penjar la gravació centenars de televisions d'arreu van començar a reproduir aquestes imatges que van despertar consciències i autèntics debats a la xarxa. A partir d'aquest moment tal i com afirma Gabriel Tarde la producció i difusió social de la informació és resultat de la col·laboració de milions de persones que participen de forma directe o indirecta i que s'influencien unes a les altres. Això mateix és el que va succeir i el vídeo es va anar replicant instantàniament per tota la xarxa. És a dir, aquest contingut multimèdia va ser capaç d'influenciar i popularitzar-se no només a la xarxa social original on es va penjar, sinó que va colonitzar totes les altres. Milers d'usuaris, agències d'informació van compartir el vídeo al seu compte de Youtube.

Daniel Psenny no va ser l'únic a compartir i gravar aquestes imatges, sinó que molts altres usuaris van penjar a les xarxes socials gravacions de l'estat de caos dels carrers de París moments després dels atemptats o la intensitat de la vigilància a la ciutat dies després. Una tendència cada cop més estesa, tal com declara la companyia de mitjans Nielsen Company en el seu informe, el creixement de les xarxes socials ha provocat que evolucionin des de simple eines de comunicació fins a mitjans d'expressió personal a través de múltiples plataformes. És a dir, cadascú té la necessitat d'informar d'allò que veu del que passa al seu voltant.

L'interès que em va despertar aquesta commovedora història em va fer posar en contacte amb Le Monde, amb l'ajuda de la Maria Rovira, periodista de Catalunya Ràdio, on jo feia les pràctiques. La Maria com a corresponent de París per Catalunya Ràdio durant 8 anys va propiciar que pogués parlar amb la redacció del diari i concertar una entrevista amb en Daniel Psenny.

Entrevista al periodista de Le Monde Daniel Psenny

Tot seguit exposo la transcripció de l'entrevista radiofònica que vaig fer al periodista Daniel Psenny als estudis de Catalunya Ràdio. L'entrevista original es va fer en francès.

- Senyor Daniel Psenny, periodista del diari Le Monde, bon dia!

- Bon dia!

- La nit dels atemptats de París, el novembre passat, vostè estava a casa seva molt a prop de la Sala Bataclan. Com va reaccionar tenint en compte que és un periodista que en aquell moment no estava treballant i que alhora es va convertir en un testimoni d'un fet tant greu?

- Miri, com tot esdeveniment imprevist va ser impactant al principi, no sabia què passava... i com que visc ben bé davant de la sortida d'emergència del Bataclan vaig sortir a la finestra perquè sentia sorolls estranys i crits i vaig comprendre de seguida que es tractava de trets. Vaig trucar a la redacció del diari, al cap de redacció per avisar que passava alguna cosa greu a la sala Bataclan però que no sabia què. Em va dir que hi havia altres tirotejos en altres punts de París, i que segurament aquest n'era un altre, que s'afegia als de l'Stade de France i en algunes terrasses de restaurants. Llavors vaig decidir de filmar l'escena que veia i per això vaig voler fer aquest vídeo com a testimoni. Sense saber exactament què passava, creia que era greu, vaig pensar que seria un document que podria ser útil més tard.

- Així doncs decidir de filmar el vídeo després de trucar a la redacció de Le Monde?

Sí, i em van dir que ja hi havia hagut altres tirotejos a París, i que el de la Sala Bataclan en devia ser un altre més.

- Sí, perquè el que ens interessa saber és com actua un periodista com vostè, que estava a casa seva, davant un esdeveniment com aquest... si de seguida decideix filmar-ho o com, en el seu cas, truca al diari...

- En aquells moments no es reflexiona... tu veus que passa alguna cosa poc habitual sota la teva finestra, per un reflex periodístic decideixes enregistrar i fer fotos del què passa. Es de seguida un impuls periodístic impulsat pel mitjà on treballes, que et diu que estan passant coses greus a París...

- Com creu vostè, Daniel Psenny, que el seu vídeo va contribuir a donar una mirada periodística del que passava en aquells moments?

- No sé si realment era una mirada periodística... en tot cas era un testimoni que esdevindria històric, perquè gairebé no hi ha hagut imatges de l'atac a Bataclan. Dels altres atacs sí que hi havia imatges de gent ferida o morta. Però imatges del moment en què passava, de la gent que fugia i dels que intentaven ajudar les víctimes al carrer no n'hi havia... imatges amb cossos estirats al terra, el caos i el pànic en el moment que estava passant n'hi ha ben poques. Era la primera vegada que es veia mentre estava passant. És aquest instint periodístic d'estar en el lloc i en el moment, com se sol dir.

- Per la seva experiència com a periodista, creu que tothom pot convertir-se en emissor i comunicador d'informació en un moment donat a les xarxes socials?

- No sabia com valorar-ho. El què passa és que amb els smartphones i la facilitat de fer fotos i vídeos immediats hi ha la possibilitat per tothom de ser testimonis de l'actualitat. Ho hem vist recentment amb els atemptats de Brussel·les, on s'han fet vídeos i fotos a l'aeroport. Ara tot el que passa és accessible immediatament. Està bé, però cal tenir una certa distància per analitzar les coses, fugir de donar unes imatges sense una reflexió. A part dels fets en brut, cal tenir una reflexió i l'anàlisi necessària per la informació.

- De fet, és precisament per aquesta immediatesa que el vídeo que vostè va filmar es va veure arreu del món.

- Sí, això permet informar tothom i estar directament en l'actualitat però és un perill quan no s'ha filtrat, l'actualitat. Cal explicar el perquè es difon, com han passat les coses, quina és la situació, posar-ho en perspectiva. Saber el context dels atemptats i del comportament dels dhjihadistes. No cal renunciar a les explicacions tot i la facilitat de difusió i la immediatesa de les informacions.

- En aquest sentit, quina reglamentació o quins límits creu que hi haurà o hi hauria d'haver en un futur en les xarxes socials i de comunicació? I quin paper hi poden jugar les empreses de comunicació tenint en compte l'experiència de fets com els atemptats de París?

- No estic segur que hi hagi d'haver regulacions o normatives en les xarxes socials ni tampoc als grans grups de premsa o audiovisuals. Simplement cal reflexionar sobre la cursa que es genera per tenir la informació, la competència entre els mitjans per ser el primer a obtenir-la. Penso que és una carrera inútil, perquè no canvia res ser el primer en tenir i donar una informació si no es té una certa distància i també una anàlisi i perspectiva del què es difon. El problema de les xarxes socials és donar les informacions sense filtre, d'estar en directe. I això és un problema moltes de vegades de manca de dades o de fets que no són notícia. Això porta a la teoria del complot i a aquestes dificultats que es tenen alhora d'explicar què passa i de o creure's el què es mostra. L'altra cara de la moneda és ser molt precís i de no deixar-se endur per aquesta carrera desenfrenada per donar la informació.

- Per contra, en un món globalitzat, iniciatives com la seva de gravar aquell vídeo en un moment tant difícil creu que va poder influir en països que impedeixen o censuren la llibertat d'informació a les xarxes socials?

- Penso que no es pot impedir la llibertat de premsa a les xarxes socials... hi ha països que bloquegen Internet, com a la Xina, i fins ara a Cuba, se n'ha parlat últimament amb la liberalització. Hi ha dictadures i països que sí que impedeixen la informació a través de les xarxes socials. Penso que a les democràcies s'ha de fer tot el possible per impedir-ho....però la responsabilitat ve dels mateixos periodistes i dels responsables dels grans mitjans de comunicació. No es tracta d'"autocensurar-se", perquè paraula és massa forta, però sí d'"autodisciplinarse" per no caure en aquesta cursa per ser el primer i que porta a aquesta globalització. Crec que seria caure en un gran error, perquè això afavoreix la reacció de dir que les coses no són certes, que tot està fabricat i això dona ales a la teoria del complot. Cal ser

precís i clar, i quan hi ha una informació com aquesta acompanyar-la de comentaris, anàlisis i perspectiva.

-D'acord sr. Psenny, per acabar... l'experiència que vostè va viure en primera persona la nit de l'atemptat la sala Bataclan va modificar d'alguna manera la seva percepció del periodisme i de la professió periodística?

- Sí i no.... efectivament, per un periodista estar confrontat directament d'aquesta manera a l'actualitat sense estar preparat és força impactant i et sacseja, perquè et trobes de cop davant els teus ulls amb coses que cal explicar i d'altra banda hi ha aquesta dificultat de donar aquesta informació arreu del món que serà represa i reproduïda i també reinterpretada a través de la mirada del que la difon. Tot i que s'ha de tenir en compte que són fets molt greus que encara no s'han paït. Però això no em canvia l'opinió sobre el treball del periodista que s'ha de fer amb rigor, precisió i verificació. En aquell vídeo hi havia tots aquests ingredients i el que venia després ja no depenia de mi, s'entrava en la globalització. Tothom ho reproduïx, és normal, i és després que hi pot haver problemes. La meua opinió és una mica difícil en aquest cas, però cal guardar sempre les bases fonamentals del periodisme i a partir d'aquí ser curós i estar atents.

- Perquè vostè en aquell moment també va estar a l'altra banda, va ser víctima de l'atemptat i va quedar ferit quan va anar a ajudar una persona...va ser testimoni però també protagonista de la notícia...

- Sí, vaig tenir el doble paper de periodista quan ho vaig filmar, en certa manera d'actor quan vaig anar a ajudar i després de víctima quan vaig quedar ferit. El meu punt de vista va canviar d'observador, a actor i a víctima i també de "salvat" perquè la bala que el terrorista em va tirar al braç sort que no va anar uns centímetres més enllà i això va evitar que em provoqués uns efectes molt més greus. Tenir aquests tres factors: ser observador, actor i víctima va ser per mi pertorbador i, realment, em va fer reflexionar.

- D'acord sr Daniel Psenny, és per això que hem volgut tenir el seu testimoni tant preuat i important per nosaltres, estudiats de periodisme a les universitats i els professionals, per captar com s'actua en un moment tant difícil com aquest. Moltes gràcies pel seu testimoni.

- En tot cas, gràcies a vosaltres.

CONCLUSIONS

Fortaleses i debilitats de les xarxes a partir de l'anàlisi dels fets de Bataclan

Aquest periodisme digital que ha estat objecte d'estudi durant el treball i que es va consolidant a poc a poc, com s'ha posat en relleu, presenta uns avantatges i també alguns inconvenients:

Partiré de l'exposició de Josep Lluís Micó, en el llibre *Periodisme a la xarxa*, ja citat anteriorment, d'alguns dels pros i contres que presenta la xarxa i el periodisme digital.

- **Cobertura:** És una evidència constatada amb diferents exemples al llarg del treball que una característica de la xarxa i el periodisme digital és la rapidesa. Les notícies a través d'Internet circulen a una velocitat estratosfèrica. Es pot comprovar en el cas d'estudi dels atacs de París que amb una hora i poc després dels atemptats aquests fets ja havien traspassat fronteres i més fronteres i milions d'usuaris ja coneixien la notícia. Tan sols a Twitter una hora després dels fets un dels hashtags amb més audiència, el #PrayForParis, ja presentava més de 600.000 tuits d'arreu del món. Això demostra l'interconnectivitat i la viralitat que ofereixen les xarxes socials entre usuaris i aquesta rapidesa a l'hora d'escampar certes informacions.

A més, la xarxa arriba a tot el món sense problemes de cobertura, excepte els països on es censura o es controla l'Internet.

Però també cal destacar que sovint aquesta acceleració de la informació pot provocar la desinformació i l'engany. Sovint en casos de tanta circulació d'informacions per la xarxa, per equivocació o intencionadament, a vegades es filtren informacions sense contrastar, no verídiques o manipulades. O fins i tot males interpretacions dels continguts penjats a la web. Per això és molt important, tal i com explica el periodista de Le Monde, Daniel Psenny, que les imatges o continguts que es penguin sempre s'han d'acompanyar d'una reflexió anàlisi periodística que ajudi a interpretar-les. Cito literalment les seves paraules:

“et trobes de cop davant els teus ulls amb coses que cal explicar i d'altra banda hi ha aquesta dificultat de donar aquesta informació arreu del món que serà represa i reproduïda i també reinterpretada a través de la mirada del que la difon. Tot i que s'ha de tenir en compte que són fets molt greus que encara no s'han paït. Però això no em canvia l'opinió sobre el treball del periodista que s'ha de fer amb rigor, precisió i verificació. En aquell vídeo hi havia tots aquests ingredients i el que venia després ja no depenia de mi, s'entrava en la globalització. Tothom ho reproduïx, és normal, i és després que hi pot haver problemes. La meua opinió és una mica difícil en aquest cas, però cal guardar sempre les bases fonamentals del periodisme i a partir d'aquí ser curós i estar atents”. (Psenny 2016: 52)

Aquest seria probablement un dels majors desavantatges de la xarxa.

- **Capacitat:** El potencial dels diaris en línia i del periodisme digital multiplica la capacitat de qualsevol altra plataforma. És a dir, Internet és capaç de suportar qualsevol volum d'informació, fet demostrat amb la generació contínua de continguts a partir del primer atac, fins i tot amb llenguatge multimèdia.

- **Diari a la carta:** Els seguidors preocupats pels fets podien cercar en els diferents portals d'informació, fer el seguiment de tuits de ciutadans que vivien in situ la situació. La xarxa va permetre que cada usuari creés la seva pròpia línia de redacció, a diferència del que li proposaria una sola capçalera, i accedís a l'actualització de les informacions.

- **Hemeroteca:** Al cap de mig any la gran quantitat de continguts produïts segueixen presents als diferents portals com un gran banc d'hemeroteques. A hores d'ara, qualsevol persona pot recuperar qualsevol notícia relacionada amb els fets de París.

- **Procés interactiu:** La incorporació dels mitjans a la xarxa ha permès crear espais d'opinió i debat entre usuaris. En el fenomen que hem tractat en aquest treball s'evidencia que el públic va participar en espais específics com fòrums i xats. Els propis mitjans sorpresos per la gran activitat de la xarxa van començar a recopilar comentaris destacats.

Encara és una debilitat en el món periodístic la poca interacció dels mitjans amb els seus seguidors, tal i com apunta Sílvia Martínez. Els mitjans hauran d'anar introduint professionals coneixedors de la xarxa per treure al màxim de partit de la pròpia interactivitat de l'audiència.

Relacionades més directament amb el treball

- Tal com reflexionava al principi del treball, les xarxes de comunicació han patit un esclat exponencial a nivell mundial i han esdevingut un dels eixos centrals pel desenvolupament de la nostra societat, indispensables per la llibertat i la cohesió social. La societat en xarxa, tal com apunta Castells, és la societat de la informació en la qual la generació, processament i transmissió de la informació es converteixen en factors decisius que condicionen processos econòmics i socials.

- En una situació de globalització, com he constatat, tendències com l'usuari multipantalla o la convergència de mitjans hi són presents. Això suposa l'existència d'una xarxa cada cop més intensa i extensa d'intercanvi internacional que opera com si no existissin les fronteres, tot establint unes lògiques i models establerts.

- La configuració de la xarxa des d'una perspectiva col·lectiva i que es pugui compartir informació ha permès l'ús social d'Internet. A la xarxa els usuaris actuen per imitació, repetició, disseminació de manera que aquest "contagi viral" afavoreix i fomenta l'accés lliure a Internet.

- A partir dels exemples que he analitzat, les opinions dels periodistes i estudis d'experts puc concloure que el periodisme ciutadà cada vegada està adquirint un paper més destacat a la nostra societat. Com Atton declara: "Alternative media construct a reality that appears to oppose the conventions and representations of the mainstream media". (Atton 2002: 5)

La tasca del periodisme ciutadà és oferir la visió que molts mitjans no poden mostrar pels seus codis deontològics, però sempre perseguint la veritat. El periodisme alternatiu o ciutadà ha de reimaginar i reinventar aquesta modalitat del periodisme i no només basar-lo en les pràctiques a la xarxa sinó aprofitar-les per finalitats educatives per a la societat. Els exemples recollits en

situacions tan extremes mostren el vessant més sincer i humà de la persona i traspuen valors que l'objectivitat té difícil de transmetre.

Aquesta participació alta de periodisme ciutadà ajuda a crear estats d'opinió sans i propis de societats democràtiques. És a dir, el periodisme ciutadà, en bona part, ajuda a reafirmar un bon estat de la democràcia. Com Chris Willis deia: "The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide ranging and relevant information that a democracy requires". (Willis 2003: 9)

El rol del periodisme ciutadà és incontestable i decisiu. Aquesta modalitat del periodisme presenta dèficits i avantatges. El periodisme ciutadà permet contemplar i destapar informacions que potser no haurien sortit de la boca dels mitjans habituals, per contra cal ser molt curós i meticulós a l'hora d'atribuir autenticitat a les fonts. Tot i això, crec amb fermesa que el periodisme ciutadà mai pot prendre el lloc al periodisme tradicional, però sí que el podrà fer millor, més humà i lliure.

- El tag, o altrament dit hashtag és un sistema d'etiquetatge que permet aquesta popularització de segons certs missatges. Els hashtags, aquesta pràctica que va en augment a les xarxes socials, permet ordenar un món digital amb una espècie de calaixos oberts a tothom i la visualització de manera fàcil de tot el que hi ha. Aquests hashtags permeten debats oberts

- En situacions d'emergència, podem concloure que Twitter és la xarxa per excel·lència per fer-ne un bon seguiment informatiu. Aquesta xarxa social de microblogging que permet missatges de fins a 140 caràcters es troba a cavall entre un blog i una xarxa social i és a més utilitzada pels periodistes. Els principals beneficis d'aquesta popularitzada xarxa de microblogging són:

- La seva alta viralitat i la capacitat de generar el boca orella digital
- L'accés a una gran quantitat de continguts amb una ullada ràpida
- La immediatesa a l'hora de transmetre la informació

- En fets extrems, com atemptats, catàstrofes naturals,... la xarxa permet una reacció ciutadana immediata, com l'acollida a cases durant els atacs a París, a través de Facebook amb localitzadors.

- Comprenc que molts periodistes i usuaris de la xarxa, davant la meua petició de reflexionar sobre els fets, mostressin la seva incapacitat de parlar-ne pel xoc psicològic que representa viure una situació com la descrita.

- Ha estat una experiència del tot positiva poder relacionar el TFG amb el període de pràctiques ja que el suport rebut pels professionals ha permès aprofundir i obtenir més informació que ben segur ha millorat el resultat final.

BIBLIOGRAFIA

ATTON, C. (2009). *Alternative and Citizen Journalism*. Routledge. Oxon.

ATTON, Ch.; HAMILTON, J. F. (2008). *Alternative Journalism*. SAGE. London.

ALBERICH, J.; ROIG, A.; CAMPO, M.; CLAVELL, F.; DOMINGO, D.; GALLART, N.; KEEFER, A.; MATEU, M.; SÁNCHEZ, J.; TUBELLA, I. (2005). *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Editorial UOC. Barcelona.

ALCOBERRO, R. (2012): *Filosofia i pensament*. Recuperat el 15 de gener. <http://www.alcoberro.info/V1/habermas5.htm>

ÁLVAREZ, J.M. (2011). *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*. Editorial Ariel. Barcelona.

BECK, U. (1998). *¿Qué es la globalización?* Paidós. Barcelona.

BELL, D. (1994). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Alianza. Madrid.

BRUNS, A.; BURGESS, J. (2012). *Researching news discussion on Twitter. New methodologies*. Journalism Studies. Vol. 13. Recuperat el 30 abril. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2012.664428>

BOURDIEU, P. (1988), *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus. Madrid.

BOWMAN, S., WILLIS, Ch. (2003). *We media. How audience are shaping the future of news and information*. Recuperat el 22 d'abril. <http://www.hypergene.net/wemedia>

BOYD, D.; ELLISON, N. B. (2007). *Social Network sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication. Recuperat el 13 d'abril. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/epdf>

CARBONELL, J.M. (2011). *El futur de la comunicació xarxes, mitjans i poder*. Editorial UOC. Barcelona.

CARR, N. (2011). *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Taurus. Madrid.

CASTELLS, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Planeta. Barcelona.

CASTELLS, M. (1996) *La era de la información*. Alianza Editorial. Madrid.

CEBRIÁN, J.L. (1998). *La red*. Santillana. Madrid.

CHRISTAKIS, N. A.; FOWLER, J. H. (2010). *Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. Santillana Ediciones. Madrid.

COURTNEY C. Radsch. (2012). *Adapting Concepts of media freedom to a Changing Media Environment: Incorporating New Media and Citizen Journalism into the Freedom of the Press Index*. ESSACHESS Journal for Communication Studies, Vol. 5, No. 1, Recuperat el 10 abril. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2161601

CURTIS, A. (2012). *Citizen Journalism*. Recuperat el 20 d'abril. <http://www2.uncp.edu/home/acurtis/Courses/ResourcesForCourses/Journalism/CitizenJournalism.html>

DANS, E. (2009). *Microblogging, redes y medios sociales*. Evoca Comunicación. Madrid

DE SOLA POOL, I. (1983). *Technologies of Freedom: On Free Speech in a Electronic Age*. Harvard University Press. Cambridge.

DIBEAN, W; GARRISON, B. (2001). *How six online newspapers use web technologies*. Newspaper Research Journal.

DIEZHANDINO, M. P. (2009) *Criterio noticioso: el quehacer periodístico ante el desafío digital*. Pearson Educación. Madrid.

DIMAGGIO, P.; HARGITTAI, E.; NEUMAN, W.R.; ROBINSON, J. P. (2001). *Social implications of the Internet*. Annual Review of Sociology, núm. 27

FERNÁNDEZ, L. A. (1998). *En.red.ando*. Ediciones B. Barcelona.

FLEW, T. (2008). *New Media. An Introduction*. Oxford University Press. Oxford.

GABILONDO, I. (2011). *El fin de una época*. Barril. Barcelona.

GARCÍA DE TORRES, E. (2010). *La especialización periodística en el entorno 2.0: del microblogging temático al crowdsourcing de expertos*. Quesada. Barcelona.

GARTNER. RESEARCH. Recuperat el 22 de maig. <http://www.gartner.com/technology/research.jsp>

GONZÁLEZ, S.; RAMOS, F. (2013). «El uso periodístico de Facebook y Twitter: un análisis comparativo de la experiencia europea». *Historia y Comunicación social*. Recuperat el 10 de maig. <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44253/41816>

JENKINS, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. (2011). *The early bird catches the news: Nine things you should know about micro-blogging*. *Business Horizons*, núm. 54,

LATOUR, B. (2001). *Gabriel Tarde and the End of the social*. Routledge. Londres.

LÓPEZ, M. (2004). *Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI*. Paidós. Barcelona.

MARTÍNEZ, S. (2015). *La comunidad de los diarios digitales españoles en Twitter*. Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura. Recuperat el 13 abril. http://journals.uoc.edu/index.php/analisi/article/view/n52-martinez/pdf_31

McCHESNEY, R. (1997). *Corporate media and threat to democracy. Seven stories press*. Nova York.

McMULLEN, S. (2009). *Understanding Citizen Journalism*. Recuperat el 5 d'abril.

MICÓ, J.L. (2006). *Periodisme a la xarxa*. Eumo Editorial. Vic.

MIRAJOVÁ, V. (2014). *The Golden Age of Citizen Journalism*. Sectio K. Slovakia

NEGROPONTE, N. (1995). *Being Digital*. Random House. Nova York.

O'REILLY MEDIA. (2009). *Web 2.0 Summit 2009: Evan Williams and John Battelle*. www.youtube.com. Recuperat el 25 d'abril. <https://www.youtube.com/watch?v=p5jXcgZnEa0&feature=youtu.be>

POUSHTER, J. (2016). *Internet acces growing worldwide but remains higher in advanced economies*. Pew Research Center - Journalism and Media. Recuperat el 25 d'abril. <http://www.pewglobal.org/2016/02/22/internet-access-growing-worldwide-but-remains-higher-in-advanced-economies/>

POSTMAN, N. (1990). *Divertir-nos fins a morir*. Llibres de l'índex. Barcelona.

PRESNKY, M. (2010). *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Cuadernos Sek. Recuperat el 15 d'abril. [http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)

RAMONEDA, J. (2010). *Contra la indiferencia*. Galaxia Gutenberg. Barcelona.

RED. ICOD. Red Iberoamericana de Comunicación Digital. Recuperat el 2 de maig. <http://www.icod.ubi.pt/home.html>

ROSEN, J. A. (2008). *Most Useful Definition of Citizen Journalism*. PressThink. Recuperat el 25 d'abril. http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a_most_useful_d.html

RUSBRIDGER, A. (2010). *Why Twitter matters for media organizatio*. The Guardian. Londres. Recuperat el 4 d'abril. <http://www.theguardian.com/media/2010/nov/19/alan-rusbridger-twitter>

SAID, H. (2013). *La gestión de los Social Media en los medios informativos iberoamericanos*. Communication & Society. Recuperat 22 abril. <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/35436/1/20130425132044.pdf>

STERLING, C. H. H. (2009). *Encyclopedia of Journalism*, SAGE Publications, London.

Tableau Public. *How Twitter tells the story*. Recuperat el 12 d'abril. <https://public.tableau.com/s/gallery/analysis-twitter-hashtags-following-paris-attacks>

TARDE, G. (1890). *Les lois sociales*. Félix Alcan. París.

THOMAS, L. McPhail. (1981). *Electronic Colonialism. The future of International Broadcasting and Communications*. Beverly Hills: Sage Publications. Londres

WILLIS, C. (2003). *How audiences are shaping the future of news and information*. The Media Center. Recuperat el 12 de maig. http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

XX Conference General de la Unesco, 1978. Preàmbul: *Conscious of the aspirations of the developing countries for the establishment of a new, more just and more efective world information and comunicaction order*

WEBGRAFIA

Evolució Internet entre altres mitjans. Recuperat 1 abril. <http://www.redcosur.com/info-usuarios-evolucion-de-internet.html>

Internet World Stats. *Usage and Population Statistics*. Recuperat el 30 d'abril. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Bataclan attack video: People flee Paris theater seconds after terrorists open fire. RT. YouTube. Recuperat el 16 d'abril.

https://www.youtube.com/watch?v=LSAFcnryoEw&nohtml5=False&oref=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DLSAFcnryoEw%26nohtml5%3DFalse&has_verified=1

Des paroles et des actes: Témoignage de Daniel Psenny, journaliste au Monde #DPDA | Paris – Bataclan. France Actu² II. YouTube. Recuperat el 13 d'abril. <https://www.youtube.com/watch?v=iv2eAqNhzm8&nohtml5=False>

EXCLUSIVE: The man who filmed the Bataclan shootings now reveals how the shootings happened. Index Video World. YouTube. Recuperat el 20 d'abril. <https://www.youtube.com/watch?v=hHj9hMla5m0&nohtml5=False>

Chaos and panic: Journalist who filmed Paris attacks balcony footage – Newsnight. BBC Newsnight. YouTube. Recuperat el 20 d'abril. <https://www.youtube.com/watch?v=hkTLMunzAkk&nohtml5=False>

Paris attacks: 'I saw people on the ground and blood'. BBC NEWS. Recuperat el 10 de maig. <http://www.bbc.com/news/world-europe-34821161>

Attaques à Paris : #PorteOuverte, #RechercheParis, #PrayForParis, nuit de solidarité en ligne Le Monde. Recuperat el 10 de maig. http://mobile.lemonde.fr/police-justice/article/2015/11/14/porteouverte-pour-se-mettre-a-l-abri-des-fusillades-a-paris-sur-les-reseaux-sociaux_4809516_1653578.html

El periodista que filmó el ataque al Bataclan desde su ventana, bajó a ayudar y recibió un disparo. Infobae América. <http://www.infobae.com/2015/11/21/1771414-el-periodista-que-filmo-el-ataque-al-bataclan-su-ventana-ayudar-y-recibio-un-disparo>