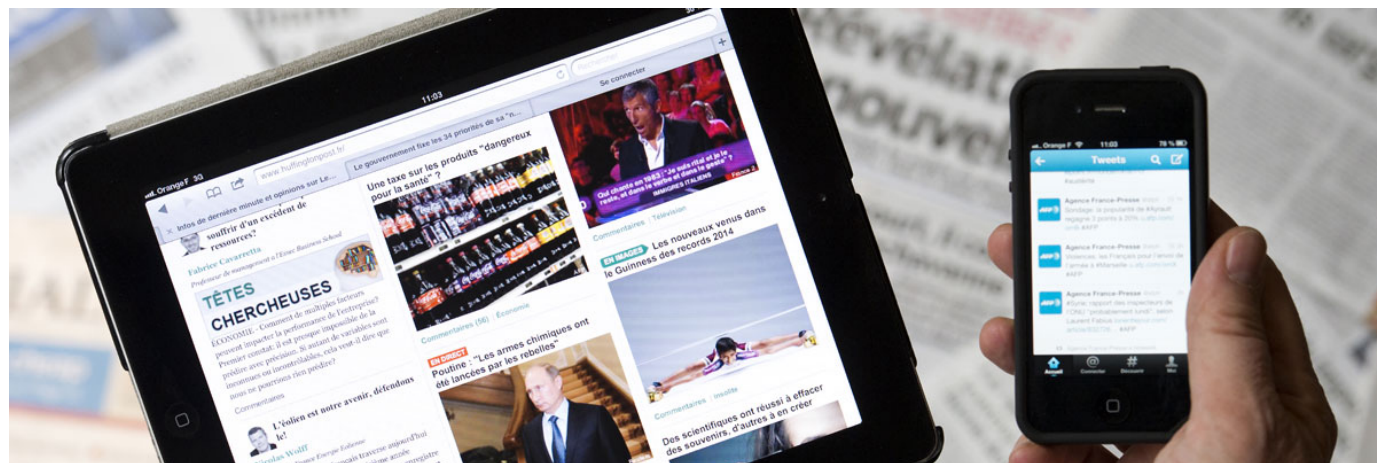


Olvídese de la CNN, siga los conflictos por Twitter

[Iván Giménez Chueca](#)



LIONEL BONAVENTURE/AFP/Getty Images

Las redes sociales han cambiado la manera en la que seguimos las crisis internacionales.

El seguimiento de los conflictos internacionales ha vivido una profunda transformación con la llegada de Twitter, Facebook y otros canales de lo que se conoce como web 2.0. El cambio principal es cierta desintermediación. Ahora lo que sucede sobre el terreno llega a nosotros sin tener que pasar por el filtro de cadenas de radios o televisiones.

Esta nueva manera de informarse es posible porque en las redes sociales y en Internet han aparecido nuevos actores que informan sobre un conflicto: testigos sobre el terreno, bandos implicados en la contienda, prensa local, blogueros independientes, *freelances*, etcétera. Sólo hay que recordar el reciente caso del vecino de Raqqa, Abdulkarar Hariri (@3bdUlkaed6r) que [anunció en Twitter](#) el inicio de los bombardeos de Estados Unidos contra el Estado Islámico en Siria el pasado mes de septiembre.

Se habló mucho de la influencia de las redes sociales durante la Primavera Árabe, pero ha sido a partir de la guerra de Siria cuando se ha vivido una eclosión de esta manera de informar. Un caso paradigmático ha sido Eliot Higgins, bloguero también conocido como [Brown Moses](#), quien, desde el ordenador de sus casa, comenzó realizando detallados análisis del armamento que ambos bandos utilizan en este conflicto.

El trabajo de Higgins destacó especialmente con la polémica por la masacre de Ghouta que mantuvo con el veterano periodista Seymour Hersh, famoso por destapar la masacre de My Lai

en 1969 durante la guerra de Vietnam. Éste último defendió que las municiones con las que se perpetró aquel ataque químico en agosto de 2013 no eran las mismas usadas por el régimen sirio. Pero el bloguero demostró con un trabajo muy documentado con las fuentes disponibles en Internet y Redes Sociales que tras esta acción sí que estaba Damasco.

Esta polémica entre Hersh y Higgins fue puesta de ejemplo por openDemocracy para mostrar cómo los nuevos canales en la web 2.0 pueden competir con el periodismo tradicional para aportar datos fiables. En especial, el trabajo del bloguero destaca por los mecanismos colaborativos que utiliza para corroborar la información. Por ejemplo, otra información que destapó fue [la localización de la decapitación de James Foley](#).

Pero en las Redes Sociales no todo es información pura y dura. También es terreno abonado para la propaganda. La ausencia de intermediación en Twitter, Facebook, YouTube propicia que hoy en día muchos bandos en conflicto los utilicen para ganarse las simpatías de la opinión pública mundial, o conseguir adeptos para su causa. En este último caso está el ampliamente comentado ejemplo del Estado Islámico.

Esta versión 2.0 de ganarse la mente y los corazones la hemos visto en el reciente conflicto en Gaza entre Israel y Hamás. En los compases iniciales de la Operación Margen Protector, pudimos ver como ambos bandos competían por popularizar sus hashtags: #IsraelUnderFire y #GazaUnderAttack. El primero promovido por el Gobierno israelí que [reclutó a centenares de estudiantes](#) para que publicarán contenidos en diversos idiomas desde la página <http://www.israelunderfire.com/> y con un intenso apoyo en las redes sociales. La propia web niega que se trate de propaganda, y asegura que se basa en hechos comprobados cuando comparte algún tipo de material o datos.

Mientras que el caso de #GazaUnderAttack se popularizó desde varias organizaciones palestinas y por simpatizantes. Por su parte, Hamás utilizó una doble estrategia en redes sociales como explicó el periodista Jordi Pérez Colomé en su blog. Por un lado, desde las cuentas del grupo en inglés (como la de Twitter @qassamfeed, hoy suspendida) se mostraban imágenes de civiles palestinos víctimas de los bombardeos de Israel, en un claro intento de tocar la fibra de la opinión pública internacional. Mientras, en las cuentas en árabe se publicaban imágenes de la población israelí escondiéndose ante las alarmas de sus cohetes, en un intento propagandístico de enseñar su poder militar, y así ganar popularidad entre los otros países de Oriente Medio.

El hashtag #GazaUnderAttack fue utilizado más de cuatro millones de veces, frente a las 200.000 que lo hizo #IsraelUnderFire, según datos de la publicación digital *Mashable*, especializada en redes sociales. Una verdadera guerra informativa en Twitter, y de la que en

realidad [ya vimos un avance en 2012](#) durante la Operación Pilar Defensivo.

Pese a las pasiones que levantan, israelíes y palestinos no fueron los primeros. En septiembre de 2011, los talibanes asaltaron durante 20 horas un complejo diplomático en Kabul, y mientras se producían los combates en el mundo real; la cuenta @ISAFmedia y @Balkhi [discutieron](#) sobre quién ocasionaba más muertes de civiles, si las tropas de la Alianza Atlántica o los insurgentes islamistas.

El otro gran conflicto de 2014, Ucrania, también ha tenido sus momentos en redes sociales. El más destacado fue un cruce de declaraciones entre la oficina de la OTAN en Canadá y Rusia por un [mapa](#) de Ucrania, donde los representantes de la Alianza criticaron las ambiciones territoriales del Kremlin. Unos hechos que hace unos pocos años se hubieran quedado en los despachos. Pero al igual que en Gaza, ambos bandos también lo han utilizado como una herramienta de [propaganda](#).

Aunque la información que generen los bandos pueda resultar interesante por tratarse de datos de primera mano, hay que ir con cuidado con las manipulaciones. No podemos perder de vista que muchos emisores son parte interesada, además siempre hay quien está dispuesto a realizar cualquier fraude.

Nuevos canales, viejos medios

Pero la irrupción de los canales 2.0 también está haciendo que los medios tradicionales se adapten a los nuevos tiempos. De hecho, muchos grandes medios internacionales han reforzado considerablemente su presencia en las redes sociales con herramientas como los canales de YouTube, listas de Twitter o con páginas de Facebook. Aquí se ofrecen nuevos contenidos, que pueden ser consumidos cuando resulte más cómodo a los ciudadanos.

Pese a encontrarnos en los canales de medios tradicionales, también se produce la comentada desintermediación. Ahora se puede seguir a los periodistas de referencia, si por ejemplo éstos están en Twitter, y cuentan lo que están viendo. Ya no hace falta esperar a la conexión en el informativo de radio o televisión, o a leer una crónica en el diario al día siguiente.

Algunos medios han descubierto que las voces de sus periodistas tienen una gran aceptación y los agrupan en listas de Twitter. Un ejemplo es *The New York Times* que en su lista sobre Oriente Medio cuenta con 15 profesionales. Otros medios también disponen en sus perfiles de estas clasificaciones de sus reporteros para poder seguir aquello que más nos interese.

Aunque también las redes sirven para detectar cuándo los medios tradicionales cometen errores. Un ejemplo fue en 2011 con la [masacre de Houla](#) en Siria, los internautas descubrieron que la BBC había utilizado una impactante imagen de muertos en Irak para ilustrar la noticia.

De todas formas, la cadena británica parece que ha sabido recuperarse de sus errores y ha apostado por los nuevos formatos del periodismo. Entre sus blogs se puede encontrar [BBC Trending](#), una recopilación de historias extraídas de aquellos temas que han sido más populares en las redes sociales. Los contenidos pueden seguirse a través de Twitter, [YouTube](#), Vine, y los [podcasts](#) del programa semanal de radio.

El trabajo de la BBC en este terreno ha servido para desenmascarar engaños en redes que se han producido en conflictos recientes. Constataron con este [vídeo](#) cómo en los primeros días de los ataques contra Gaza de este verano se utilizaron imágenes de otros conflictos (como la operación de 2012, Siria o Irak) con el citado *hashtag* #GazaUnderAttack.

Las redes sociales ofrecen un gran caudal de información, y una instantaneidad que ha desbordado las formas tradicionales de informar. El riesgo de encontrar partes interesadas o información falsa está ahí, y no debe infravalorarse. Pero si se escogen las fuentes fiables, estamos ante unas herramientas de conocimiento muy poderosas.

Fecha de creación

28 octubre, 2014