

Nuevos retos en la gestión de los contenidos generados por la audiencia: el caso de *Charlie Hebdo*

New challenges in managing user-generated content: the case of *Charlie Hebdo*

Pere Masip

Masip, Pere (2015). "Nuevos retos en la gestión de los contenidos generados por la audiencia: el caso de *Charlie Hebdo*". *Anuario ThinkEPI*, v. 9, pp. 168-171.

<http://dx.doi.org/10.3145/thinkepi.2015.40>

Publicado en *IweTel* el 5 de febrero de 2015



Resumen: Las empresas periodísticas son conscientes de que ciertas imágenes son mejores que otras para atraer la atención de los lectores, en especial aquellas relacionadas con el crimen y el entretenimiento. Al mismo tiempo, las audiencias se han convertido en activas, proporcionando vídeos e imágenes. Las redacciones se inundan de materiales gráficos generados por los ciudadanos, lo que conlleva como consecuencia la publicación de contenidos extremos, a pesar de que a veces socavan los límites morales. Su publicación a menudo se justifica por su noticiabilidad, la libertad de expresión y una especie de fatalismo tecnológico. En este corto artículo se hace un esbozo de la cobertura realizada por algunos medios de comunicación del ataque al semanario *Charlie Hebdo*. En particular se analiza el uso y la gestión del vídeo grabado por un ciudadano en el que se ve el asesinato a sangre fría de un policía francés. Los resultados muestran algunas diferencias en el tratamiento según

el sistema mediático (Hallin; Mancini, 2004) al que pertenece cada medio. Las diferencias obedecen en buena medida a cuestiones éticas, por lo que se subraya que la ética periodística también debe incorporar las cuestiones relativas a los UGC (*user generated content*) y la responsabilidad de los periodistas en su gestión.

Palabras clave: Audiencias activas; Periodismo participativo; Cobertura mediática; *Charlie Hebdo*; Ética periodística; Contenidos generados por los usuarios.

Abstract: News organizations have realized that certain types of information and images are more attractive than others to capture the reader's attention, particularly stories and images about crime and entertainment, among others. At the same time, audiences have become more active, providing eyewitness photos and videos. Newsrooms are flooded with graphic materials submitted by citizens. Along with ease of access may come the publication of extreme content, even when some content may exceed moral boundaries. Publication is often justified on the basis of newsworthiness, freedom of speech, creativity and some kind of technological fatalism. The aim of this short paper is to analyze the coverage by some media outlets of the *Charlie Hebdo* attack, particularly the use and management of the amateur video of a Paris police officer's cold-blooded murder. Our results identify some differences depending on the media network (Hallin; Mancini, 2004) of each newspaper. These differences are generally related to questions of ethics, and therefore we emphasize that user-generated content (UGC) must be incorporated into ethical standards of journalism, and journalists should be responsible for their proper implementation.

Keywords: Participatory journalism; Active audience; Coverage; *Charlie Hebdo*; Journalism ethics; User generated content; UGC.

Protagonismo ciudadano

Poco después de las 11 de la mañana del 7 de enero, los medios de todo el mundo informaban del asalto a la sede del semanario satírico *Charlie Hebdo* en París y del asesinato de 12 personas. A partir de ese momento, las redacciones pusieron toda su maquinaria en marcha ofreciendo información minuto a minuto del desarrollo de los acontecimientos posteriores: la persecución de los hermanos Kouachi, los asaltos simultáneos a la imprenta de Dammartin-en-Goële y al supermercado *Cacher* (de dieta judía *kosher*) en la Porte de Vincennes, las reacciones políticas y sociales, las movilizaciones ciudadanas, etc.

En la época de la inmediatez, los medios digitales compitieron, de nuevo, directamente con los grandes canales informativos 24/7. En este contexto, los *live-blogs* tuvieron un protagonismo especial en medios como *Le figaro*, *The guardian* o *La vanguardia*. Junto a ellos, otros medios optaron por una cobertura también constante y compulsiva, pero a través de los formatos tradicionales: noticias que se iban actualizando a medida que se conocían detalles relevantes de los hechos.

Tanto en un caso como en el otro, las redes sociales jugaron un papel fundamental. Instantes después del atentado, ciudadanos que se encontraban cerca del lugar de los hechos subieron a las redes sociales, principalmente *Twitter*, *Instagram* y *Facebook*, decenas de fotografías y vídeos de inestimable valor periodístico.

“Tras el atentado, los ciudadanos tenían la necesidad de compartir sus emociones y estados de ánimo”

Los ciudadanos tienen la necesidad de compartir sus emociones y estados de ánimo y es lo que hicieron tras el atentado. El *hashtag #jesuischarlie* se convirtió en uno de los más populares de la historia de *Twitter*: en poco más de 24 horas fue utilizado en más de 3,4 millones de *tweets*, alcanzando finalmente los 5,3 millones.

Durante 72 horas los medios digitales informaron de manera prácticamente compulsiva partiendo tanto de fuentes tradicionales, como de las que surgían en las redes sociales. En unas horas de superabundancia de información, los medios que optaron por una cobertura más intensa y profunda fueron capaces de filtrar y poner orden a la avalancha de información que inundaba las pantallas.

Esa necesidad de compartir se convirtió en una fuente de valor inestimable para los periodistas. Los mismos periodistas que, a pesar de reconocer

el valor de la participación de los ciudadanos como proveedores de información, manifiestan abiertamente su temor ante la posibilidad de que la participación modifique su rol de *gatekeepers* y altere sus rutinas preexistentes (Singer et al., 2011).

“El *hashtag #jesuischarlie* se convirtió en uno de los más populares de la historia de *Twitter*”

De forma similar a lo ocurrido tras el tsunami en el sureste asiático, los atentados de Londres, Boston o Sydney, las imágenes y los testimonios de los testigos fueron los principales recursos con los que contaron los periodistas para narrar lo que estaba sucediendo, especialmente en los instantes inmediatamente posteriores a los dramáticos hechos. Sólo a través de la colaboración ciudadana se pueden ofrecer imágenes de lugares y acontecimientos a los que los periodistas profesionales no tienen acceso o en los que simplemente no están presentes. Unas imágenes que aportan inmediatez, espontaneidad, autenticidad y proximidad.

Retos para la profesión

El uso periodístico de las redes sociales como fuente comporta nuevos retos y amplifica otros preexistentes. Retos de carácter estrictamente periodístico (noticiabilidad, verificación, etc.), pero también éticos y legales que deberían ocupar fundamentalmente a los periodistas, pero también a los ciudadanos. Ciudadanos que captan y comparten de manera instintiva e irreflexiva fragmentos de la vida cotidiana propia y de la ajena, ignorando las consecuencias que esas capturas tienen en aspectos como la privacidad, la intimidad o los derechos de autor.

“Las imágenes y testimonios de los testigos fueron los principales recursos con los que contaron los periodistas para narrar lo que estaba sucediendo”

Los profesionales de la información disponen de herramientas para monitorizar la Red en busca de imágenes y vídeos potencialmente noticiables. La facilidad de acceso y la presión por la inmediatez provocan, con más frecuencia de la deseable, un proceso de verificación insuficiente. Tampoco es habitual solicitar permiso para el uso de esas imágenes -aunque sea por mera cortesía- o atribuir las imágenes a los autores, que mayoritaria-



<http://video.lefigaro.fr/figaro/video/i-charlie-hebdo-i-des-images-amateurs-de-la-fusillade/3975434994001>

mente se suele saldar con un genérico “imágenes amateurs”.

Dilemas éticos y diferente tratamiento de las imágenes violentas

Esta nota, sin embargo, no pretende profundizar en estos aspectos, sino en el tratamiento dado a ciertas imágenes capturadas en contextos bélicos o tras catástrofes naturales o atentados terroristas. Es en esas circunstancias cuando los periodistas deben abordar con más frecuencia dilemas éticos que confrontan el derecho a la información con el derecho a la intimidad, y los derechos humanos con la lógica comercial (Masip, 2014).

“El uso periodístico de las redes sociales como fuente comporta retos de carácter estrictamente periodístico, pero también éticos y legales”

En esa tesitura se encontraron las redacciones de los medios al recibir un vídeo que mostraba cómo durante su huida uno de los terroristas ejecutaba un policía desarmado que yacía en el suelo. Esas impactantes imágenes fueron captadas por un ciudadano desde la ventana de su casa, inmediatamente después las subió a Facebook y minutos más tarde ya daban la vuelta al mundo.

El análisis del tratamiento dado al vídeo por los medios de España, Francia, Italia, Gran Bretaña, Bélgica, Holanda, Alemania, Suecia y Estados Unidos permite identificar un amplio abanico

de formas de proceder. Así, algunos medios ofrecieron imágenes editadas evitando mostrar los fotogramas de la ejecución, otros mostraban la cara pixelada del policía o sólo mostraban algún fotograma de los terroristas. Frente a este trato, otros optaron por ofrecer las imágenes íntegras con toda su crueldad o, en el mejor de los casos, insertar previamente un aviso advirtiendo de la dureza de las imágenes.

Los medios más respetuosos con la víctima fueron los de los países pertenecientes al que Hallin y Mancini (2004)

denominan “modelo democrático corporativo”: Alemania, Bélgica, Holanda y Suecia. Los 8 medios analizados no incluyeron el vídeo en sus webs o lo ofrecieron editado tras eliminar los fotogramas en los que aparece el policía (llamado Ahmed Merabet). Frente a ellos, los medios del “modelo polarizado pluralista”, España, Francia e Italia, mayoritariamente mostraron de manera íntegra el vídeo. Sólo *El país* insertó un rótulo de advertencia y pixeló la cara del policía en el momento del disparo. La excepción fue Francia, donde no se incluyó el vídeo en ninguno de los dos medios galos monitorizados (*Le monde* y *Le figaro*). Sin lugar a duda, la proximidad física y emocional condicionó el tratamiento realizado. Por último, en el “modelo liberal” observamos una diversidad mayor a la hora de abordar las imágenes, aunque en ningún caso se ofrecieron íntegras. Mientras que el *Washington post* o *The New York times* optaron por no ofrecer el vídeo, el *USA Today*, *The guardian* y la *BBC* lo editaron, y la *CNN* sólo mostró algunos fotogramas.

La hipocresía con que los medios gestionan la participación de la audiencia (Ruiz; Masip, 2014) se observa también en este caso. Al día siguiente de publicarse el vídeo, el autor del mismo, Jordi Mir, un ingeniero catalán afincado en París, hacía un llamamiento a los medios a retirar el vídeo. De modo similar se manifestó la familia del policía. En una entrevista a *Associated Press*, Mir lamentaba haber publicado el vídeo en Facebook, y explica que aunque lo retiró 15 minutos después ya fue demasiado tarde. El vídeo se había expandido por la Red rápidamente, en especial después de que un tercero lo subiese a YouTube. A pesar del llamamiento realizado por los familiares del policía y de Jordi Mir, los medios que el día anterior

habían publicado el vídeo lo mantuvieron online, algunos junto a la noticia que hacía eco de la petición de Mir y de la familia del policía asesinado.

<http://bigstory.ap.org/article/5e1ee93021b941629186882f03f1bb79/ap-exclusive-witness-paris-officers-death-regrets-video>

La conducta observada en los medios analizados coincide con la documentada en ocasiones anteriores (**Ruiz; Masip, 2014**), en las que se detectó que los medios del modelo polarizado pluralista son los más propensos a incluir imágenes que sobrepasan ciertos límites éticos, mientras que los del democrático-corporativo son los más respetuosos. El modelo liberal se encuentra en una situación intermedia, pero claramente más cercana al modelo norte-europeo, sólo la prensa amarilla británica distorsiona esa tendencia.

Conclusión

Los defensores de la publicación de imágenes como las descritas con frecuencia aluden a la libertad de información y al derecho a la información como justificación, y a que sólo mediante la exhibición de esas imágenes, por cruentas que puedan ser, es posible que los ciudadanos sean conscientes de la realidad. Frente este argumento, no faltan las voces que defienden que esas actitudes no conducen más que a una fatiga de la compasión, a una insensibilización ante imágenes que con frecuencia soslayan la dignidad humana.

El asesinato del policía Ahmed Merabet no es más que el penúltimo ejemplo del uso temerario de ese tipo de imágenes.

En el momento de escribir esta nota algunos medios emitían el vídeo difundido por el Estado Islámico en el que se mostraba como un piloto jordano era quemado vivo. Un tipo de contenidos que más allá de su discutible valor informativo, se sabe positivamente que atraerá la atención de la audiencia (**Masip, 2014**).

Se detecta una falta de reflexión ética en torno a la participación de la audiencia. Si hasta ahora los medios tradicionales eran, en general, respetuosos con los derechos humanos y los principios democráticos, también deben serlo los contenidos generados por los usuarios y acogidos por

ÚLTIMA HORA » Mueren al menos siete niños en un incendio en Nueva York.

FRANCIA. Hollande, tras el atentado: 'Son nuestros héroes. La República se ha visto atacada hoy'

Al menos doce muertos en un tiroteo en la sede de Charlie Hebdo, el semanario francés que publicó las caricaturas de Mahoma

- ÁLBUM: Las caricaturas de Charlie Hebdo críticas con los islamistas
- ÁLBUM: Vea las imágenes del tiroteo en la sede de Charlie Hebdo
- Tres hombres armados han asaltado la redacción y han matado a 12 personas
- 3.000 policías buscan a los tres asaltantes, cuya identidad se desconoce
- Decenas de miles de personas se manifiestan en varias ciudades



EL MUNDO videos

Tiroteo en las puertas de Charlie Hebdo.

Noticias Relacionadas

Hollande, tras el atentado: 'Son nuestros héroes. La República ha sido atacada hoy'

La Policía francesa busca a dos hermanos islamistas como presuntos autores del atentado contra Charlie Hebdo

La última viñeta de Charlie Hebdo

'Si en pleno París puede pasar esto, es que es el fin, esto es la guerra'

Los ministros de Exteriores de la UE abordarán la lucha contra el terrorismo en su próxima cumbre

Más leídas

- 1 Las imágenes del brutal linchamiento a una mujer en Afganistán
- 2 Del 'Costa Concordia' a Túnez, el pianista más gate de Italia
- 3 Decenas de padres arriesgan la vida para entregar chuletas a sus hijos
- 4 El IS ejecuta a tres mujeres por negarse a casarse con sus militantes en Mosul y decapita a tres soldados kurdos
- 5 El IS reivindicó los atentados suicidas que dejaron al menos 142 muertos en Yemen
- 6 Linchan a una mujer en las calles de Kabul acusada de quemar el Corán
- 7 Encuentran 5 cadáveres de bebés en el congelador de un matrimonio
- 8 Túnez planta cara al terror y el IS amenaza con más ataques
- 9 La mujer que fue linchada en Kabul no había quemado el Corán
- 10 Tsipras se estrella contra un muro

<http://www.elmundo.es/internacional/2015/01/07/54ad132422601d72428b4577.html>

los medios. Cualquier avance tecnológico debe tener un correlato axiológico y debe comportar un aumento de responsabilidad, porque son los valores los que deben orientar el desarrollo tecnológico. El tratamiento proporcionado por los medios noreuropeos pone de manifiesto que el periodismo tiene margen de mejora.

Bibliografía

Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo (2004). *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge [etc.]: Cambridge University. ISBN: 978 0521543088

Masip, Pere (2014). "Audiencias activas, democracia y algoritmos". *Anuario ThinkEPI*, v. 8, pp. 260-263.

Ruiz, Carlos; Masip, Pere (2014). "Audiencias activas, noticia y dignidad: nuevos retos éticos del periodismo en la era digital". *Congreso internacional de la Sociedad Española de Periodística*. Barcelona, 13 de junio.

Singer, Jane B.; Domingo, David; Heinonen, Ari; Hermida, Alfred; Paulussen, Steve; Quandt, Thorsten; Reich, Zvi; Vujnovic, Marina (2011). *Participatory journalism: guarding open gates at online newspapers*. Chichester, West Sussex: Wiley-Blackwell. ISBN: 978 1444332278

Pere Masip

Universitat Ramon Llull

Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals

Blanquerna

peremm@blanquerna.url.edu