

## El papel de las redes sociales en los atentados de Bombay de 2008

Eva Lavín de las Heras – Universidad Camilo José Cela - [elavin@ucjc.edu](mailto:elavin@ucjc.edu)

Jorge Gallardo Camacho – Universidad Camilo José Cela - [igallardo@ucjc.edu](mailto:igallardo@ucjc.edu)

**Resumen:** Los ataques terroristas en Bombay en 2008 marcaron un punto de inflexión en el periodismo ciudadano. La información fluye de una forma más veloz por las redes sociales que por los medios tradicionales y la gente acude a ellos para conocer la última hora, cambiando, por primera vez, sus hábitos tradicionales. Twitter se ha revelado como una potente herramienta de comunicación ya que, fue el primer lugar donde se dio la noticia, antes que en los medios convencionales, contando con un flujo de 70 *tuits* cada cinco segundos. Flickr también se adelantó y fue la primera red social en dar una fotografía sobre los ataques; y los blogs se inundaron de testimonios e información. Los medios tradicionales no permanecen ajenos a esta revolución mediática y empiezan a utilizar la información del llamado periodismo ciudadano, produciéndose así un cambio en la elaboración de noticias. En el presente estudio se analiza el impacto de las redes sociales en el caso de los ataques de Bombay.

**Palabras clave:** Internet; televisión; periodismo ciudadano; medios de comunicación; Bombay; Twitter.

**Abstract:** The 2008 Mumbai terrorist attacks marked a turning point in citizen journalism. Information about the attacks flowed faster through organic social media than traditional news media, and for the first time, people turned to online social networks, rather than television and radio news stations, for up-to-the-

minute news. Twitter emerged as a powerful communications tool, and it was Twitter users who first broke news of the attacks and continued to provide updates, at a rate of 70 tweets every five seconds. Flickr users uploaded the first pictures of the attacks, and bloggers flooded the web with eyewitness accounts and information. Traditional media took notice of this media revolution and began to use information gleaned through citizen journalism, changing the art of newsmaking. This study analyzes the impact of social networks in the case of the Mumbai attacks.

**Keywords:** Internet; television; citizen journalism; media; Bombay; Twitter.

## 1. Introducción

La aparición de Internet en los años noventa y las nuevas plataformas de participación hicieron que los ciudadanos mostraran su interés en colaborar en la elaboración de los contenidos. En 1999, aparece Blogger, una web que permitía al usuario crear un blog de una forma sencilla. Su objetivo era “ayudar a la gente a que tenga voz propia en Internet y organice la información del mundo desde su perspectiva personal” (Blogger, 2014). Ese mismo año, a raíz de las manifestaciones contra la cumbre de la Organización Mundial de Comercio en Seattle, aparece la web Indymedia (Independent Media Center), creada por varias organizaciones y activistas de medios independientes, cuyo labor es “trabajar por un mundo mejor, a pesar de las distorsiones y falta de voluntad de los medios de comunicación corporativos para cubrir los esfuerzos para liberar a la humanidad” (Indymedia, 2014). La web permitía intercambiar información (fotos, vídeos, audio, etc.) además de tener su propio periódico con un sistema de publicación democrático en el que cualquier usuario podía participar.

El llamado periodismo ciudadano nace con un afán del público de participar activamente en la información de cada día para que ésta deje de fluir en un sentido unidireccional y pase a ser una comunicación multidireccional. El usuario toma el protagonismo pasa a convertirse también en emisor (Salvat y Paniagua, 2007). Internet ha cambiado el proceso informativo y comunicativo,

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

dando un giro de 180º, en el que parece que el profesional de la información ya no es necesario, quedando también la empresa audiovisual relegada a un segundo plano (Real, Príncipe y Agudiez, 2007).

En los atentados terroristas del 7 de Julio de 2005 en Londres, los medios de comunicación tradicionales cubrieron la información en gran parte por el material que los testigos o supervivientes mandaron a los medios. La página de BBC News apostó por los formatos participativos llegando a recibir en menos de 6 horas, más de 1.000 fotografías, 20 vídeos, 4.000 mensajes de texto y 20.000 correos electrónicos. La web británica recibió más de 1 billón de accesos ese día, con picos de audiencia de 40.000 páginas solicitadas por segundo. Acontecimientos como este hicieron que los medios empezaran a ver el poder de este tipo de participación (Lavín y Gallardo, 2014).

En este contexto, Dan Gillmor, director de *Citizens for the Media*, ya vaticinó en 2006 que cada persona eventualmente se convertiría en periodista: “Hacer una fotografía después de un atentado y colgarla en la red. Eso es lo que yo llamo un acto de periodismo [...]. Incluso, a veces, competirán con los periodistas profesionales” (Apaolaza, 2006).

Un año después, fue un periodista ciudadano el único que grabó un vídeo con su móvil el día de la masacre de Virginia en 2007 en el que el estudiante Cho Seung-Hui mató a 32 personas e hirió a 29 más. Nada más conocerse la noticia muchos estudiantes acudieron a la red y horas después de producirse la masacre se podían contabilizar más de 36.000 entradas en los blogs, Google presentaba 79.000 resultados y dos días después contaba con 500 grupos en Facebook relacionados con el Virginia Tech (Noguera y Correyero, 2008).

Pero no sería hasta los atentados de Bombay en noviembre de 2008 cuando el llamado periodismo ciudadano marcó un punto de inflexión en el proceso comunicativo gracias a Twitter, evidenciando una nueva realidad informativa que los medios tradicionales ya no pudieron negar.

La noche del 26 de noviembre, diez terroristas atacaron durante 60 horas varios sitios estratégicos quitando la vida a 182 personas y provocando más de

300 heridos, además de unos daños económicos de entre 30 y 40 billones de dólares (Gunaratna, 2009). La noticia de los ataques saltó antes en Twitter que en un medio tradicional. También las primeras fotografías se pudieron ver en la red social, Flickr, imágenes que luego utilizaron los medios tradicionales para ilustrar la noticia. La información fluía rápidamente por las redes sociales e Internet. De hecho, en Google Maps (Figura 1) se creó un mapa con los objetivos de los atentados a las pocas horas, recibiendo más de 375.000 visitas (Dolnick, 2008).

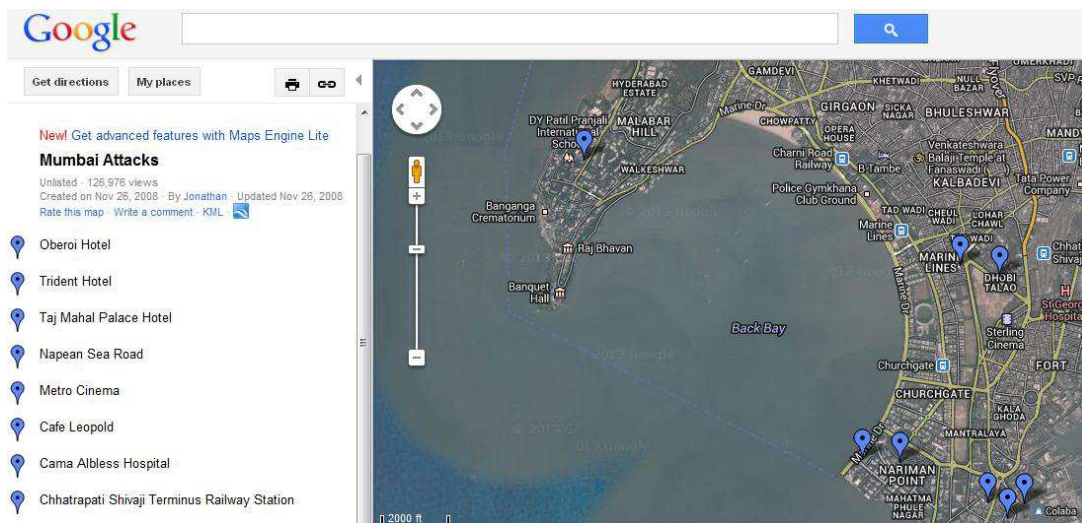
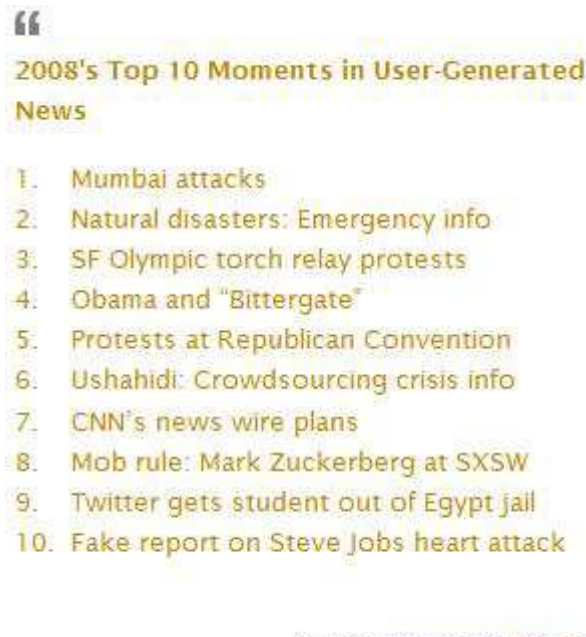


Figura 1. Mapa elaborado en Google Maps con los objetivos de los atentados de Bombay<sup>1</sup>

El portal de Internet NowPublic publicó en 2008 una lista de las mejores coberturas realizadas por el periodismo ciudadano en los acontecimientos de ese mismo año y los ataques de Bombay aparecen en el primer puesto, como vemos en la Figura 2.

<sup>1</sup><https://maps.google.com/maps/ms?ie=UTF8&hl=en&msa=0&msid=106719836142005814567.00045c9d9d0c959a84c6e&ll=18.938763,72.816267&spn=0.052607,0.11158&t=h&z=14>

Figura 2. Clasificación de los 10 mejores momentos del periodismo ciudadano (NowPublic, 2008)<sup>2</sup>



Los *bloggers* llevaban meses reclamando que Twitter era una perfecta herramienta para transmitir noticias en acontecimientos como catástrofes naturales o atentados, pero no fue hasta esos días cuando los medios de comunicación por fin reconocieron su poder.

## 2. Twitter como canal de información más rápido que los medios tradicionales

La red de *microblogging* Twitter fue la primera en dar la noticia sobre los ataques, algo que confirma en la web de la BBC, Rory Cellan-Jones, el experto en tecnología de la cadena británica: “Los primeros mensajes que encontré en Twitter aparecen a las 16:47 horas de Londres, tiempo antes que los medios convencionales empezaran a informar de los ataques” (Cellan-Jones, 2008). Fueron los usuarios indios de esta red social los primeros en informar de lo que estaba pasando, utilizando la etiqueta #mumbai para así agrupar todos los testimonios de los ataques (Arthur, 2008). Neha Viswanathan, editor regional del sudeste asiático y colaborador de la plataforma de noticias de Global

---

<sup>2</sup> <http://www.nowpublic.com/tech-biz/2008-year-user-generated-news>

Voices, afirmó a la CNN: "Incluso antes de oírlo en las noticias, lo vi en Twitter" (Busari, 2008). Algo que se hizo evidente en la propia red donde muchos usuarios evidenciaban el poder de esta red social, que en algunos casos se adelantó hasta en dos horas a los medios tradicionales como la BBC (Marks, 2008), como vemos en la Figura 3.

Figura 3. Usuarios que destacan la rapidez de Twitter frente a los medios tradicionales<sup>3</sup>



La velocidad de las informaciones, unos 70 *tuits* cada cinco segundos, hizo que muchos ciudadanos interesados por saber qué estaba pasando, acudieran a esta red para informarse ante la imposibilidad de muchos medios tradicionales de competir contra esta rapidez (Beaumont, 2008). Matthew Ingram, jefe de redacción de la web tecnológica Gigaom, reconoce que ese día “como mucha otra gente, seguí los ataques terroristas de Bombay durante el día, usando Twitter, los blogs, Wikipedia, Flickr, YouTube [...]. Al buscar en Twitter la palabra “Mumbai” generaba un reguero de mensajes, algunos de gente cercana a los atentados” (Ingram, 2008). Algo que apoya Michael Arrington, fundador de la web tecnológica Techcruch: “Twitter es el primer lugar donde miro para hacerme una idea de lo que está pasando. Hace años hubiera acudido a las noticias de los canales por cable, pero ahora es Twitter” (Arrington, 2008).

Muchos testigos se convirtieron en improvisados reporteros que no dudaban en recurrir a Twitter para contar lo que estaban viendo o escuchando, o informaciones que les llegaban por otras fuentes (Figura 4).

---

<sup>3</sup> <https://twitter.com/>

Figura 4. Tuiteros que ejercieron el periodismo ciudadano en los atentados de Bombay<sup>4</sup>



Pero también algunos usuarios se movilizaron para centralizar toda la información sobre los atentados y para ello crearon cuentas específicas como @mumbaiattack, @mumbaiupdates o @MumbaiAttacks (Figura 5) que dieron la cobertura en directo hasta el fin de los asedios. Este hecho, provoca un cambio en el llamado periodista ciudadano, ya no solo se conforma en dar informaciones desde su cuenta personal, ahora asume la responsabilidad de centralizar toda esa información y dar cobertura como si de un medio de comunicación se tratase.

Figura 5. Cuentas de Twitter creadas para informar sobre los atentados de Bombay<sup>5</sup>



Pero también Twitter sirvió de herramienta para movilizar a los ciudadanos y poder así ayudar a confeccionar una lista con los fallecidos y heridos desde los hospitales (Busari, 2008). Las redes sociales se convierten en una fuente fundamental que actualiza constantemente la información sobre los heridos, los rehenes, el sonido de disparos o incluso los nombres de los terroristas (Lewis, 2008). Sin embargo, Twitter también se inunda con información de segunda o tercera mano a través de los *tuits* de gente que cuelga la información que están

---

<sup>4</sup> <https://twitter.com/>

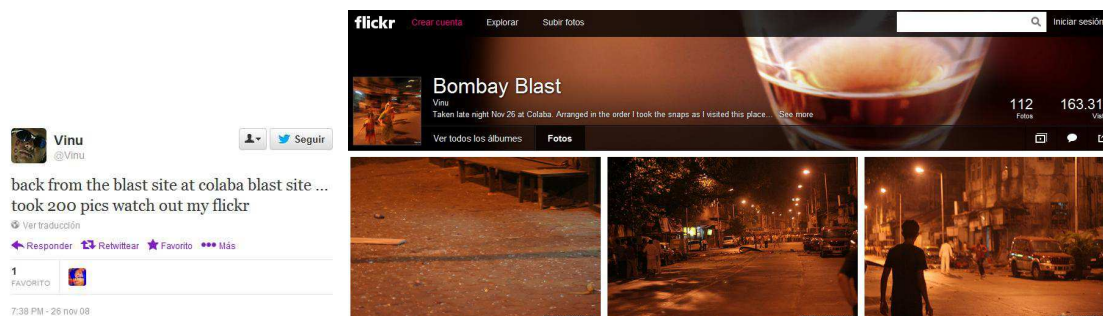
<sup>5</sup> <https://twitter.com/>

dando las televisiones o los diferentes portales de Internet (Mackey, 2008). Según la revista Forbes, “la red social se transformó de un servicio de distribución de mensajes personales cortos en una red información mundial y en tiempo real basado en los relatos personales de los ataques” (Pisani, 2008).

### 3. Otras redes sociales que también se adelantan a los medios tradicionales

Las primeras imágenes de los atentados aparecieron en la red social de fotografía, Flickr. El ciudadano Vinukumar Ranganathan realizó 112 fotografías, noventa minutos después de los ataques, en una de las zonas afectadas. Después las subió a Flickr y para que tuvieran mayor difusión utilizó su cuenta de Twitter (@Vinu), como vemos en la Figura 6.

Figura 6. Perfil de Flickr y Twitter del usuario que subió fotografías de los atentados de Bombay<sup>6</sup>



En tan solo unos días los dos perfiles tuvieron más de 110.000 visitas (Dolnick, 2008). Se produce así también otro cambio en el reportero ciudadano, ahora conoce el valor de la información y sabe qué hacer para tener mayor repercusión y que su mensaje llegue a millones de personas en un solo clic. Ya no se limita a utilizar una red social, sino que combina todas las que tiene al alcance y ha encontrado en Twitter su mejor aliado.

El periodista ciudadano alcanza la madurez, ya no es el testigo que enviaba sus imágenes a un medio de comunicación o que se perdían en la red como pasó con el tsunami de Indonesia o los atentados de Londres de Julio de 2005.

---

<sup>6</sup> <https://www.flickr.com/photos/vinu/sets/72157610144709049/>



Las imágenes de Vinu, además, fueron utilizadas por los principales medios de comunicación para ilustrar la noticia ante la ausencia de material propio (Busari, 2008). Entre ellos la CNN, una de las cadenas que más importancia da al periodismo ciudadano creando herramientas específicas y de gran éxito para poder beneficiarse de él como iReport (Lavín, 2014), que ese día se inundó de vídeos e imágenes de los ataques como vemos en la Figura 7 (Busari, 2008). En este sentido, la cobertura de los canales extranjeros se basó en la cobertura en directo y en reportajes grabados por televisiones locales indias. Frente a estas fuentes tradicionales, las cámaras y los teléfonos utilizados por los ciudadanos por el contrario no estaban sujetas a ninguna regla según el periódico The New York Times (Stelter y Cohen, 2008).

Figura 7. Imágenes utilizadas por la cadena CNN procedentes de redes sociales<sup>7</sup>



Los blogs también jugaron un papel importante ese día, por ejemplo, el blog de Arun Shanbhag fue uno de los más vistos durante los atentados. Arun colgaba fotografías realizadas desde la terraza de su casa en Flickr y en su blog, narrando los detalles de lo que veía en directo. Además como Vinu, también

---

<sup>7</sup> <http://faisalkapadia.com/2008/11/mumbai-attacks-through-an-indian-bloggers-eye/>

utilizaba la red social Twitter, para difundir el enlace a su blog y así tener más visitas y repercusión en Internet.

Figura 8. El uso del blog como medio de difusión de los atentados terroristas de Bombay<sup>8</sup>

**Mumbai Blasts: Taj Burning; More pics from terrorist killing**

November 26, 2008 By Arun Shanbhag | 256 Comments

This post is getting too long; See updates from Day Two at: [Mumbai Blasts: Day 2](#)

Follow the top level TAB, Mumbai Blasts for links to All related posts.


And, [Previously Unseen](#) pics from the 26/11 terrorist attacks.

---

Sorry, pic heavy post!


Revision ~ 12:15 – 12:30 am Indian Time; Friday Nov 28th  
Follow my updates on Twitter <http://twitter.com/arunshanbhag>  
Posting all pics on Flickr! username "arunshanbhag"

Dome of the Taj is nearly all burn't out! Only the central post remains; the base of the dome is still burning! TV Cameras are located on diagonally opposite side of Taj and cannot see the dome; TV coverage only shows glow from burning dome! TV is now saying that shots are heard inside the Taj and all the terrorists are NOT YET cleared!




Revision ~ 10:30 – 11:00 pm Indian Time  
Follow my updates on Twitter <http://twitter.com/arunshanbhag>

OMG! One of the domes of the Taj is on fire, it is burning like a bonfire! I can actually see the structs/frameworks under the tiles in full blaze. OMG! NO! This can't be happening!  
~ Hand held; rested my elbow on the sill!; Sorry for blurry images from ~ 10:45 pm



MORE PICS!



My earliest memories of childhood include the Taj!

Pero Arun no solo se limitó a informar desde su casa, también salió a la calle al día siguiente para seguir informando desde su blog, intentándose acercar más a las zonas afectadas.

El diario The New York Times escribió un artículo sobre Arun y sobre la cobertura que hizo esos días. El propio Arun reconocía en la entrevista que no había escuchado el término “*citizen journalism*” (periodismo ciudadano) hasta el día después de los ataques y sabía que era justo lo que él había hecho: “Sentí que tenía la responsabilidad de compartir lo que veía con el resto del mundo” (Stelter y Cohen, 2008). Pero Arun fue solo un ejemplo de los más de 170 blogs que registró indiblogger.in que informaron sobre los ataques de Bombay (www.indiblogger.in, 2008). Blogs y *microblogs* que fueron muy seguidos por los medios tradicionales durante el trascurso de los acontecimientos.

<sup>8</sup> <http://faisalkapadia.com/2008/11/mumbai-attacks-through-an-indian-bloggers-eye/>

#### 4. Medios convencionales que utilizan las redes sociales

Además de la CNN, muchos medios locales indios informaron en directo con las actualizaciones que iban apareciendo en Twitter (Lee, 2008). Al igual que la cadena británica, BBC, que los publicaba en su página web con la cobertura en directo, dando las últimas horas, incluyendo también los enlaces a blogs y otras redes sociales.

Algo que le supuso más de una crítica al publicar una información dada en Twitter que nunca se llegó a confirmar. La cadena se hizo eco de un *tuit* que decía que el Gobierno había pedido a los usuarios de esta red social que no publicaran datos sobre los ataques para no dar pistas a los terroristas. Más tarde se confirmó que había sido un bulo y Steve Herrmann, editor de la BBC tuvo que salir a justificar a la cadena y reconocer que todavía están buscando la mejor manera de procesar y transmitir la información que circula tan rápido (Herrmann, 2008). Pero no fue el único medio que colgaba información de redes sociales en directo, el periódico inglés, The Guardian, también lo hizo (Figura 9).

Figura 9. Información subida por The Guardian procedente de redes sociales<sup>9</sup>



8:29am:  
Vinu has uploaded a series of powerful images of the aftermath of the attacks on flickr. Blogger Amit Varma provides an account of the night and the mood in Mumbai.

8:26am:  
One of the Australian victims has been named on the microblogging site Twitter.

Por su parte, el periódico The New York Times, en su edición digital, solicitó en la portada a los testigos mandar sus imágenes (Jarvis, 2008). Pero no fue el único medio que recurrió al periodismo ciudadano; la agencia de noticias Reuters (Figura 10) o la BBC también lo hicieron (Figura 11).

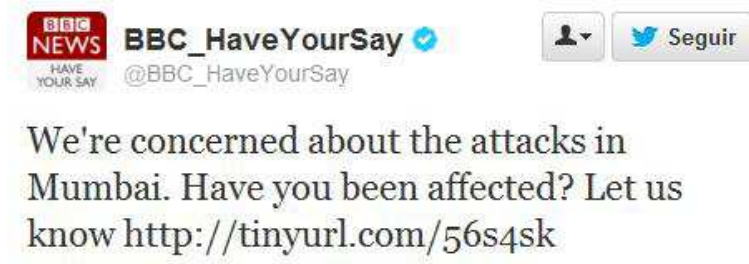
Figura 10. La agencia Reuters recurre al periodismo ciudadano para informar<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> <http://www.theguardian.com/world/2008/nov/27/mumbai-terror-attacks-india2>



Figura 11. BBC recurre al periodismo ciudadano para informar<sup>11</sup>



Otros testigos entraban en directo en los informativos de la CBS, como Pearl Shah que vivía cerca del hotel Taj Mahal, a través de la cámara de su ordenador por Skype poco después de los ataques (CBSNEWS, 2009).

Pero la red y en concreto, Twitter también jugó un papel como medio distorsionador de la realidad. Varias historias falsas circularon por la web ese día, como que el gobierno indio había intentado cortar Twitter y que pedía que los usuarios no dieran información de lo que pasaba para que no sirviera de ayuda a los terroristas o que se habían producido ataques en el hotel Marriott cuando no había sido así (Ingram, 2008). Aunque también la red demostró una mayor madurez que en otros acontecimientos, ya que a los pocos minutos esa información era desmentida o corregida tanto por la red como por los medios de comunicación tradicionales (Larson, 2008).

Además, la red también ha contribuido a cuestionar la veracidad de algunos reportajes emitidos en los medios tradicionales. Por ejemplo, varios reporteros indios anunciaron que el asedio al hotel Taj Mahal había terminado, mientras que en Twitter informaban de que seguían los tiroteos (Lewis, 2008). Por

---

<sup>10</sup>[http://www.mobileindustryreview.com/2008/11/terrorist attacks in india underline the personal criticality of mobile.html](http://www.mobileindustryreview.com/2008/11/terrorist%20attacks%20in%20india%20underline%20the%20personal%20criticality%20of%20mobile.html)

<sup>11</sup> [https://twitter.com/BBC\\_HaveYourSay](https://twitter.com/BBC_HaveYourSay)

primera vez se produce una interacción entre Twitter y los medios de comunicación, en el que se complementan y se escuchan el uno al otro (Townend, 2008).

### **5. Los medios de comunicación reconocen el poder de Twitter**

El periódico The Guardian evidenció que desde que se produjeron los primeros tiroteos, Internet dio una visión caleidoscópica de lo que sucedió en Bombay. Los blogs y las redes sociales aportaron rápidamente información además de compartir los enlaces a los mejores reportajes aparecidos en la web (Lewis, 2008). El periódico, The New York Times, iba más allá y reconocía que se abría una nueva dimensión en el mundo de la información, afirmando que los ataques en la India servían como otro caso de estudio sobre cómo la tecnología estaba transformando a la gente en potenciales reporteros (Stelter y Cohen, 2008).

Pero la cadena CNN fue tajante afirmando que ese fue el día en el que las redes sociales “alcanzaron la mayoría de edad señalando que era una herramienta de recopilación de noticias de gran fuerza a tener en cuenta” (Busari, 2008). Aunque la revista Forbes fue la que encumbró a Twitter dos días después de los ataques publicando un artículo titulado “*Mumbai: Twitter’s Moment*”. En él reconocerá que mientras los medios de comunicación luchaban por ponerse al día, Twitter se inundaba con información colgada por los usuarios en tiempo real. Y sentenciaba: “En otras palabras, todos somos ahora periodistas” (Caulfield y Karmali, 2008).

Por el contrario, el diario The Telegraph afirma que a pesar de que no hay duda sobre el poder de comunicación de Twitter y otras redes sociales, no están en posición de remplazar a los medios de comunicación tradicionales (Beaumont, 2008). En este sentido, CNN asegura que lo que está claro es que “Twitter sigue siendo una herramienta útil para la movilización de esfuerzos y la obtención de declaraciones de testigos durante un desastre, pero que en la mayoría de las noticias no se puede confiar” (Busari, 2008).

Para el analista de nuevos medios, Cherian George, es sencillo de explicar. Cuando ocurre un suceso afecta a un gran número de personas que son capaces de captar en ese momento las imágenes con su móvil y compartirlas, algo que es físicamente imposible para el resto de los medios de comunicación (Lee, 2008). Por su parte, Francis Pisani, periodista de El País, explica que “la emergencia de Twitter como fuente de la actualidad más caliente podría sacudir profundamente la manera de informarse online y hasta el periodismo” (Pisani, 2008).

## **6. Conclusiones**

La principal conclusión es que los atentados terroristas de Bombay supusieron un importante punto de inflexión en cuanto a la importancia de las redes sociales como fuente de información para los medios tradicionales. Sin embargo, Twitter se convierte en la primera red social que aporta más información instantánea por su carácter innato de inmediatez.

En este sentido, Twitter además se convierte en fuente y en controladora de la fuente. Es decir, no solo origina información procedente del periodismo ciudadano sino que controla y supervisa lo que dicen los medios tradicionales. Y entiéndase por tradicionales no solo la radio o la televisión sino también las webs de los viejos medios.

No obstante, es importante aclarar que el periodismo ciudadano no es una amenaza del papel del periodista. Es el perfecto complemento para que el comunicador pueda aportar información de manera más veraz con un acceso más rápido a las fuentes directas.

Por otra parte, queda patente la importancia de las redes sociales para ofrecer una visión más objetiva de lo que sucede en países del extranjero. Es decir, Twitter ofrece la voz de los ciudadanos y aportan una mirada diferente a la versión que intentan transmitir las agencias de noticias y los medios tradicionales que se encuentran en la zona (muchos manipulados por el gobierno de turno o por intereses políticos y comerciales).

## 7. Referencias bibliográficas

Apaolaza, F. (2006). “Con internet, cada ciudadano podrá ejercer como periodista al menos una vez en la vida». *La voz digital*. Disponible en: [http://www.lavozdigital.es/cadiz/prensa/20061022/sociedad/internet-cada-ciudadano-podra\\_20061022.html](http://www.lavozdigital.es/cadiz/prensa/20061022/sociedad/internet-cada-ciudadano-podra_20061022.html) (consultado el 13 de noviembre de 2013).

Arrington, M. (2008). “I Can't Believe Some People Are Still Saying Twitter Isn't A News Source”. *Techcrunch*. Disponible en: <http://techcrunch.com/2008/11/27/i-cant-believe-some-people-are-still-saying-twitter-isnt-a-news-source/> (consultado el 5 de noviembre de 2013).

Arthur, C. (2008). “How Twitter and Flickr recorded the Mumbai terror attacks”. *The Guardian*. Disponible en: <http://www.theguardian.com/technology/2008/nov/27/mumbai-terror-attacks-twitter-flickr> (consultado el 17 de noviembre de 2013).

Beaumont, C. (2008). “Mumbai attacks: Twitter and Flickr used to break news”. *The Telegraph*. Disponible en: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/asia/india/3530640/Mumbai-attacks-Twitter-and-Flickr-used-to-break-news-Bombay-India.html> (consultado el 5 de noviembre de 2013).

Blogger (2014). Disponible en: <http://www.blogger.com/about> (consultado el 5 de noviembre de 2013).

Busari, S. (2008). “Tweeting the terror: How social media reacted to Mumbai”. *CNN*. Disponible en: <http://edition.cnn.com/2008/WORLD/asiapcf/11/27/mumbai.twitter/> (consultado el 5 de noviembre de 2013).

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

Caulfield, B. y Karmali, N. (2008). "Mumbai: Twitter's Moment". *Forbes*.  
Disponible en: [http://www.forbes.com/2008/11/28/mumbai-twitter-sms-tech-internet-cx\\_bc\\_kn\\_1128mumbai.html](http://www.forbes.com/2008/11/28/mumbai-twitter-sms-tech-internet-cx_bc_kn_1128mumbai.html) (consultado el 3 de noviembre de 2013).

CBSNEWS. (2009). "Web A Reliable Resource In Mumbai Madness".  
CBSNEWS. Disponible en: [http://www.cbsnews.com/2100-500202\\_162-4637055.html](http://www.cbsnews.com/2100-500202_162-4637055.html) (consultado el 5 de noviembre de 2013).

Cellan-Jones, R. (2008). "Twitter - the Mumbai myths". *BBC*. Disponible en:  
[http://www.bbc.co.uk/blogs/technology/2008/12/twitter\\_the\\_mumbai\\_myths.html](http://www.bbc.co.uk/blogs/technology/2008/12/twitter_the_mumbai_myths.html)  
(consultado el 15 de noviembre de 2013).

Dolnick, S. (2008). "Bloggers provide raw view of Mumbai attacks". *Fox News*.  
Disponible en:  
[http://www.foxnews.com/printer\\_friendly\\_wires/2008Nov30/0,4675,ASIndiaShootingCitizenJournalists,00.html](http://www.foxnews.com/printer_friendly_wires/2008Nov30/0,4675,ASIndiaShootingCitizenJournalists,00.html) (consultado el 15 de noviembre de 2013).

Gunaratna, R. (2009). "Mumbai investigatrion: The operatives, masterminds".  
*UNISCI Discussion Papers*, pp.142-153.

Herrmann, S. (2008). "Mumbai, Twitter and live updates". *BBC*. Disponible en:  
[http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2008/12/theres\\_been\\_discussion\\_see\\_eg.html](http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2008/12/theres_been_discussion_see_eg.html) (consultado el 15 de noviembre de 2013).

Indymedia (2014). Disponible en:  
<http://www.indymedia.org/en/static/about.shtml> (consultado el 5 de noviembre de 2013).

Ingram, M. (2008). "Yes, Twitter is a source of journalism".  
*www.mathewingram.com*. Disponible en:  
<http://www.mathewingram.com/work/2008/11/26/yes-twitter-is-a-source-of-journalism/> (consultado el 17 de noviembre de 2013).



Jarvis, J. (2008). “In Mumbai, witnesses are writing the news”. *The Guardian*. Disponible en: <http://www.theguardian.com/media/2008/dec/01/mumbai-terror-digital-media> (consultado el 17 de noviembre de 2013).

Larson, E. (2008). “Mumbai Terror: Twitter, Flickr & YouTube = Cutting-Edge News Media”. *Now Public*. Disponible en: <http://www.nowpublic.com/tech-biz/mumbai-terror-twitter-flickr-youtube-cutting-edge-news-media> (consultado el 17 de noviembre de 2013).

Lavín, E. (2014). “El periodismo ciudadano: una herramienta para las televisiones norteamericanas”. En: Gallardo, J. y Vadillo, N., *Las nuevas tecnologías audiovisuales frente a los procesos tradicionales de comunicación*. La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social.

Lavín, E. y Gallardo, J. (2014). Twitter como fuente de información frente a los medios tradicionales. En: Sierra, J. y Francisco, G. *Tecnología y narrativa audiovisual*. Madrid: Fragua, pp, 377-397.

Lee, M. (2008). “Blogs feed information frenzy on Mumbai attacks”. *Reuters*. Disponible en: <http://www.reuters.com/article/2008/11/27/us-india-attack-internet-idUSTRE4AQ2Q020081127> (consultado el 17 de noviembre de 2013).

Lewis, P. (2008). “Twitter comes of age with fast reports from the ground”. *The Guardian*. Disponible en: <http://www.theguardian.com/world/2008/nov/28/mumbai-terror-attacks-india-internet-technology-twitter> (consultado el 17 de octubre de 2013).

Mackey, R. (2008). “Tracking the Mumbai Attacks”. *The New York Times*. Disponible en: <http://thelede.blogs.nytimes.com/2008/11/26/tracking-the-mumbai-attacks/> (consultado el 17 de octubre de 2013).

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

Marks, O. (2008). Mumbai Attacks: Knowledge is Power. [www.zdnet.com](http://www.zdnet.com).

Disponible en: <http://www.zdnet.com/blog/collaboration/mumbai-attacks-knowledge-is-power/169> (consultado el 17 de octubre de 2013).

Noguera, J. M. y Correyero, B. (2008). “El periodismo ciudadano en la cobertura de la masacre de Virginia”. *Textual & Visual Media*, pp. 237-254.

Pisani, F. (2008). “La revolución Twitter y los medios”. *El País*. Disponible en: [http://elpais.com/diario/2008/12/04/ciberpais/1228359083\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2008/12/04/ciberpais/1228359083_850215.html) (consultado el 12 de octubre de 2013).

Salvat, G. y Paniagua, P. (2007). “¿Es esto periodismo, ciudadano?”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, pp. 227-246.

Stelter, B. y Cohen, N. (2008). “Citizen Journalists Provided Glimpses of Mumbai Attacks”. *The New York Times*. Disponible en: <http://www.nytimes.com/2008/11/30/world/asia/30twitter.html> (consultado el 12 de octubre de 2013).

Townend, J. (2008). “I am surprised by the lack of user-generated content, says Mumbai attack live-blogger”. *Journalism.co.uk*. Disponible en: <http://www.journalism.co.uk/news/-i-am-surprised-by-the-lack-of-user-generated-content--says-mumbai-attack-live-blogger-/s2/a532930/> (consultado el 14 de noviembre de 2013).