

The Captive Toy Soldier
for Colors Magazine
Issue 86 : Making The News



In April 2005, an Islamist website published a photo of this American soldier being held hostage in Iraq.

IRAQ - IRAK

En abril de 2005, un portal islamista publicó una foto de este soldado estadounidense secuestrado en Irak.

On February 1, 2005, an Islamist website released a photo of an expressionless US soldier sitting on the floor at gunpoint. His name was John Adam, and a group called the Mujahedeen Brigades was threatening to behead him if Iraqi prisoners were not released from US-run jails within 72 hours. The next day, toy company Dragon Models USA came to the rescue by announcing that John Adam looked suspiciously similar, right down to the accessories and uniform, to its Special Ops Cody doll.

“The Internet has made news hoaxes easier,” says Italian schoolteacher Tommaso De Benedetti. “Journalists only care about being the first to break the news, no matter if the source is unverified.” After having been caught publishing fake interviews in several Italian newspapers, De Benedetti moved on to Twitter, which he describes as “the most powerful and least verifiable wire agency in the world.” On August 6, 2012, De Benedetti, whose accomplishments include tweeting the deaths of J.K. Rowling and Pope Benedict, tweeted as the Russian Minister of Internal Affairs to announce that the President of Syria, Bashar al-Assad, had been killed. Within two hours, the Egypt-based Middle East News Agency released it as a probable story. Crude-oil prices rose by US\$1.17 on the New York Mercantile Exchange.

According to the Online News Association, a digital-journalism NGO, the best way to report on a Twitter story is to go old school. Pick up the phone. Speak to the source. And always ask the question: “How do you know that?”



A “Twitter bomb” is a deliberate flood of thousands of tweets and hashtags about the same topic, sent from multiple accounts. After US president Barack Obama’s staff tweet-bombed his 9 million followers during debt-ceiling negotiations in 2011, 37,000 of them unfollowed him.

Una «bomba Twitter» es una inundación deliberada de miles de tuits y *hashtags* sobre el mismo tema, enviados desde distintas cuentas. Después de que el personal del presidente de Estados Unidos bombardeara con tuits a sus 9 millones de seguidores durante las negociaciones del techo de la deuda en 2011, 37.000 de ellos dejaron de seguirlo.

El 1 de febrero de 2005, una web islamista publicó una foto de un inexpresivo soldado norteamericano sentado en el suelo a punta de pistola. Su nombre era John Adam, y un grupo llamado las Brigadas de los Muyahidín amenazaba con decapitarlo si unos prisioneros iraquíes no eran liberados de las cárceles administradas por Estados Unidos en un plazo máximo de 72 horas. Al día siguiente, la empresa de juguetes Dragon Models USA salió al rescate con el anuncio de que John Adam tenía un parecido sospechoso, hasta en los accesorios y uniformes, con su muñeco Special Ops Cody.

«Internet propicia los bulos», dice el profesor italiano Tommaso De Benedetti. «Los periodistas sólo se preocupan por ser los primeros en dar la noticia, ya no importa comprobar la fuente». Tras descubrirse que había publicado entrevistas falsas en varios periódicos italianos, De Benedetti se trasladó a Twitter, que él describe como «la agencia de noticias más poderosa y menos verificable del mundo». El 6 de agosto de 2012, de Benedetti, entre cuyos logros figura tuitear la muerte de JK Rowling y del Papa Benedicto, se hizo pasar por el Ministerio del Interior ruso para sacar en Twitter que el presidente sirio Bashar al-Assad había sido asesinado. Menos de dos horas después, la agencia de noticias egipcia Middle East News rebotó la noticia dándola por probable. Los precios del crudo subieron 1,17 USD en la Bolsa Mercantil de Nueva York.

Según la Online News Association, una ONG de periodismo digital, la mejor manera de informar sobre una historia en Twitter remite a la vieja escuela. Levanta el teléfono. Habla con la fuente. Y nunca olvides la pregunta: «¿Y eso cómo lo sabe?».



Special Ops Cody, a limited-edition doll manufactured by Dragon Models USA, California, USA.

Special Ops Cody, un muñeco de edición limitada fabricado por Dragon Models, California (EE UU).