

Twitter: el doble filo de la red

JOLGUER RODRÍGUEZ COSTA ■ Periodista

Día a día en todo el mundo 288 millones de tuiteros, en su mayoría menores de treinta años, entrecruzan etiquetas de verdad y dualidad, a partir de apenas 140 caracteres.

MIENTRAS FACEBOOK crece a velocidades cibernéticas —añadió cien millones de usuarios en nueve meses— Twitter consolida con más pausa, pero sostenidamente, una penetración de 21 por ciento entre todas las redes sociales. Seguramente con cierto esfuerzo, dado que su etiqueta es su talón de Aquiles, crea, mediante apenas 140 caracteres, grandes, medianas y pequeñas expectativas, algunas por corroborar y otras con altas posibilidades de no ser ciertas. ¿Una herramienta de comunicación proclive a la incertidumbre? Esta es la pregunta de algunos especialistas.

La red lleva ocho años en el mercado y alcanzó, en el segundo trimestre de 2014, 288 millones de tuiteros activos mensuales: 24 por ciento más que en 2013 y 6 por ciento más que en marzo. La compañía se recupera de peores tiempos pasados. Recientemente anunció con bombos y platillos ingresos por 312 millones de dólares en el segundo trimestre de este año: 124 por ciento más que en 2013. Los beneficios —14,6 millones de dólares— sorprendieron ante los 16,4 millones de pérdidas del mismo período durante el año anterior.

Wall Street había previsto ingresos de 283 millones de dólares, por lo que la segunda mayor red social del mundo en número de usuarios superó con holgado margen lo planeado. En cuanto a los beneficios por acción, Twitter registró ganancias entre abril y junio de dos centavos por título, también por encima de las pérdidas de un centavo por acción que vaticinaban los analistas.

Una arrolladora mayoría de los tuiteros del mundo —setenta por ciento— no llega a los treinta años. El panorama que proyecta esta juventud pudiera potenciar a Twitter como una herramienta social más confiable, si se toma en cuenta que, correctamente usado, puede ser un vehículo eficaz para que las personas se comuniquen, difundan imágenes, interactúen con personalidades públicas, soliciten un servicio público e informen de hechos que ocurran en sus espacios, tales como colas, accidentes, emergencias y otras vicisitudes de interés colectivo.

«Con el desarrollo de nuevas experiencias de producto como la que llevamos a cabo en la Copa del Mundo de fútbol, creemos que podemos aumentar el atractivo de Twitter para alcanzar a una audiencia todavía mayor», vislumbró Dick Costolo, consejero delegado de la empresa, con sede en San Francisco, California. Sin embargo, otro tipo de incertidumbre pareciera campar entre los relacionados. Algunos inversionistas prefieren esperar las cifras del tercer trimestre del año para creer más en Twitter; tal vez esperan que esta gallinita de los huevos de oro no vuelva a engolosinarse antes de tiempo.

Aliado ambiguo

Si algo ha penetrado Twitter de manera contundente es el continente de los medios de comunicación, en especial el periodismo, quizás donde mayor cala su dualidad. Vanessa Peña Rojas, periodista de *El Nacional*, resalta la particularidad de esta red social: «Para los periodistas que trabajamos en la web Twitter es un recurso poderoso, pues nos permite informarnos de manera inmediata sobre un hecho y, luego de verificarlo, elaborar un avance de la noticia, que luego nos encargamos de desarrollar con la consulta a las fuentes».

—¿Cómo pesa Twitter en el ejercicio del periodismo?

Es importante porque, en un momento en el que es tan difícil acceder a la información, podemos encontrar allí declaraciones de figuras públicas o voceros de organismos que, ante la imposibilidad de acceder a los medios tradicionales, optan por difundir información por este canal.

Pero Peña Rojas, quien es docente en la escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, asoma ciertas contradicciones: en el caso del periodismo, la misión básica es informar y eliminar incertidumbres, no crearlas.

—¿Considera a Twitter un arma de doble filo?

Sí, y aquí debo mencionar el criterio de la veracidad. Hay información que debe ser, necesariamente, confirmada con otras fuentes. Si un periodista publica un rumor o una información falsa no solo está atentando contra su credibilidad, su nombre y su ética profesional, sino que además estaría desinformando a la colectividad al esparcir rumores, una práctica contraria al periodismo.

—¿Hay límites en el alcance de Twitter?

Como limitación, la cantidad de caracteres. Además, repito, está el hecho de que algunos ciudadanos no puedan hacer un uso adecuado de la herramienta, porque no la manejan y no son capaces de diferenciar la información de un rumor.

Medio de medios

Pese a los obstáculos, Twitter sorprende con nuevas tendencias, como la que refleja una investigación llevada a cabo por los comunicólogos Marcelino Bisbal y Pasquale Nicodemo. «La gente lo usa en todo lugar y momento. El principal motivo de uso de Twitter es informarse acerca de la actualidad y el tráfico. Aunque dentro de estas relatividades, otras redes, como Hi5 y MySpace, son consideradas obsoletas y pasadas de moda», resume Bisbal.

—¿Cuáles son las herramientas más importantes?

El computador personal es el dispositivo más usado para conectarse a las redes sociales, seguido por el Blackberry. La principal utilidad de las redes sociales es informar y comunicar; la mayoría de los entrevistados se conecta para mantenerse comunicado, chismear y entretenerse. En general, los entrevistados poseen un número importante de amigos en las redes sociales, y los que poseen amigos de otros países son en su mayoría de Estados Unidos y España; adicionalmente, la frecuencia de amigos en América es mayor que en el resto de los continentes.

—¿Se precisó alguna contradicción con Twitter?

Los usuarios se niegan a añadir a su lista de amigos desconocidos o personas extrañas, por miedo, inseguridad y desconfianza. La mayoría agrega a las personas que conoce personalmente y a familiares. Comunicarse con amigos y estar informados sobre ellos son las principales actividades hechas en las redes sociales, mientras que apoyar causas religiosas y tratar problemas familiares o de salud son actividades poco reseñadas.

El estudio Bisbal-Nicodemo evidencia que el carácter constantemente cambiante de las prácticas y los modos de comunicación obliga a los medios a identificar las tendencias en el uso que hacen las audiencias de las redes sociales. Otro estudio efectuado entre el 12 de febrero y el 12 de marzo de 2014, por Carlos Delgado Flores y Gaby Arenas de Meneses, arroja la posibilidad de que en Venezuela esté surgiendo un movimiento social en red.

Venezuela: república Twitter

Hay 6,9 millones de tuiteros: cinco de cada diez usuarios de internet. Según datos de Tendencias Digitales, para el cierre de 2013, 85 por ciento de los usuarios de internet en Venezuela usan redes sociales en alguna medida. En el caso de Venezuela, la penetración de Twitter de 23 por ciento —similar a la mundial— representa alrededor de 6,9 millones de usuarios, 38 por ciento en el rango de 22 a 28 años, alrededor de 2,6 millones de usuarios. «Si los usuarios de internet en Venezuela son 43 por ciento de la población, y eso supone una magnitud de 12.900.000 usuarios aproximadamente, podría hablarse de una proporción de cinco de cada diez usuarios de internet que emplean Twitter», resalta Marcelino Bisbal.

La situación política del país ha hecho de Twitter un aliado, en ocasiones oportuno. Cualquier ciudadano puede ser reportero e informar de algún hecho desde el lugar donde se encuentre. Por eso es una valiosa herramienta de información para estudiantes de comunicación social y periodistas, quienes cada vez tienen más limitaciones para acceder a la información pública. La profesora Peña Rojas extrapola la ambivalencia a este universo eminentemente juvenil.

—*Como docente, ¿qué ha observado entre sus alumnos y el uso de Twitter?*

Que muchos estudiantes de semestres medios y avanzados no tienen idea de cómo usar Twitter. No saben buscar información, por lo tanto no saben discriminar contenidos ni reconocer rumores. Tampoco saben diferenciar una cuenta verificada, real, de un personaje público, de una cuenta falsa. Esto tiene que ver con el hecho de que no manejan la herramienta. No la aprovechan como recurso informativo.

—*En fin, ¿cómo resume las ventajas de Twitter?*

Es de fácil acceso, de difícil censura y la sencillez de su uso hace que todos puedan difundir y encontrar información.

—*¿Y las desventajas?*

No toda la información es veraz, de manera que hay que recurrir a otras vías para corroborar y confirmar datos e información. Así como circula información real, también circulan muchos rumores. También está lo limitado del espacio para difundir información.

—*¿Perderá vigencia Twitter?*

No lo creo. A menos que lo reemplace una nueva red social o herramienta con mayores bondades informativas.

Entre etiquetas te veas

La investigación Delgado-Arenas es oportuna para medir el grado de interacción social en el conglomerado juvenil, así como el de estandarización de la tecnología de Twitter, y pareciera tener la intención de rescatar su relativa credibilidad. «A través de herramientas como SocialBakers® o TwitterStats encontramos que, durante el mes de marzo de 2014, los perfiles que habían crecido más rápidamente en cantidad de seguidores son cuentas relacionadas con política o información, ubicándose en los tres primeros lugares @NTN24ve, @MariaCorinaYA y @leopoldo-lopez», refieren los autores.

Entre las etiquetas (*hashtag*) mejor posicionadas antes del ciclo de protestas que comenzó el 4 de febrero en San Cristóbal —y escaló a partir del 12 de febrero como resultado de la marcha estudiantil hacia la Fiscalía General de la República y su posterior ataque— se encontraban #NoMasViolenciaVenezuela, con el cual los usuarios rechazaron el asesinato de la ex Miss Venezuela Mónica Spear, y #HagamoslaPaz, que promovió el gobierno nacional en el marco de una acción por la paz realizada el domingo 26 de enero. La polémica etiqueta fue utilizada por los opositores para denunciar la ineficacia del gobierno ante la inseguridad y la promoción de la violencia en el discurso oficial. El uso común de etiquetas por ciudadanos de distintas tendencias políticas ha ocurrido en ocasiones anteriores, pero su empleo común por los bandos de la polarización se reporta como una conversación de gran volumen, con continuidad en la interlocución en la red.

También se mantuvo entre los cinco primeros lugares la etiqueta #SinColas, que los usuarios utilizan para reportar el tráfico y la presencia de productos de la cesta básica en los mercados. Otro de los temas más comentados se refiere a las

Una arrolladora mayoría de los tuiteros del mundo —setenta por ciento— no llega a los treinta años

detenciones de los manifestantes y las violaciones de sus derechos humanos, así como las diversas convocatorias a marchas y concentraciones hechas por los líderes políticos o estudiantiles. Dentro de este grupo (58 por ciento), que ha cambiado sus temas de conversación hacia la política, las protestas y las tensiones sociales en Venezuela, hay un número de personas (aproximadamente seis por ciento) que se identifica como oficialista, y sus publicaciones suelen ser principalmente respuestas a los llamados de la oposición con etiquetas como: #VzlaUnidaContraElFascismo, #A11mesesDeTuSiembraComandante, #DerechaViolentaYFascista, #GringosYFascistasRespeten, #SomosFANB #MotorizadosChavistasdePaz. Estas etiquetas llegaron a estar por más de seis horas en el primer lugar de los *trending topics* en Venezuela.

Tanto los jóvenes oficialistas como los opositores colocaron en los cinco primeros lugares de las etiquetas más comentadas las relacionadas con víctimas y victimarios de la violencia, como #JosneidyCastillo, con la cual atacaban o defendían a la funcionaria de la Guardia Nacional que golpeó con el casco a #MarviniaJimenez. Pero durante el mes de febrero la etiqueta más comentada fue #VzlaElQueSeCansaPierde, que permaneció en el primer lugar de los *trending topics* por más de 58 horas y alrededor de una semana entre los diez primeros lugares. Finalmente, el 13 por ciento de las cuentas tuvo un perfil más preocupado por asuntos sociales o políticos. En ellas, los usuarios comentaron acerca del Sicad, la devaluación, la escasez, el cierre de locales en centros comerciales, la dificultad para adquirir pasajes aéreos. El siete por ciento de los jóvenes no publicó ningún tipo de información, aunque se conectaba a diario.

El único tema que se ubicó entre los tres primeros lugares de las etiquetas más utilizadas fue #LorenzoMendoza, cuyo nombre fue utilizado en una primera oportunidad con respecto a su intervención en la reunión con Nicolás Maduro. Semanas más tarde llegó al quinto lugar cuando los usuarios comentaron las palabras de Maduro hacia Mendoza, a quien señalan como el líder que quisieran para Venezuela. ■