



Twitter es solo un lago, no todo el océano

Comunicación, 25/05/2011



Creo que los periodistas como colectivo estamos cayendo en un error. Estamos fascinados por las posibilidades de twitter, por su actualidad y la capacidad para poder hablar directamente con otros usuarios. Pero creo que nos estamos equivocando. Estamos tratando a twitter como un océano, en lugar de como el lago que es. Me explico. En los últimos meses son muchos los periodistas y medios de comunicación que valoran y publican estados de opinión de España y del mundo a través de lo que se opina y se escribe en twitter. Los informativos y periódicos cada vez hablan más de los ya famosos “trending topics” de twitter, los temas más comentados en esta red de comunicación. Y los analizan como si

fueran las preocupaciones de toda la sociedad española. Un grave error, que se se está extendiendo mucho.

Algunos datos lo demuestran. En España convivimos más de 40 millones de personas. En twitter en nuestro país hay 2,8 millones de cuentas. Y digo cuentas, no usuarios, porque un número más que considerable pertenece a organismos, empresas, marcas e instituciones. Otra gran parte corresponden a periodistas, gente de marketing, informáticos y personajes públicos. Y otros muchos perfiles son están prácticamente activos, tweetean y se conectan a esta red muy de vez en cuando. Es difícil saber cuánta gente real se comunica cada día a través de twitter en España, pero desde luego que no es toda la sociedad. Lo que quiero decir, es que tomar como preocupaciones y temas más tratados entre la ciudadanía los “trending topics” de twitter, es sesgar la realidad.

Lo que se habla en twitter puede en muchos momentos coincidir con lo que se habla en la calle, pero no siempre, me atrevería a afirmar que no la mayoría de las veces. Puede indicar un clima de opinión y de preocupación. Una línea sobre la que trabajar, pero solo eso. No olvidemos que, por el momento, twitter está protagonizado por personajes públicos, periodistas, expertos en comunicación, líderes de opinión, empresas y profesionales de la informática. Colectivos muy determinados al que habría que unir dos características más: 1) la mayor parte son jóvenes o de mediana edad; 2) en su mayor parte son personas que viven en ciudades. No son así todos lo que están en twitter, pero sí los que más lo usan, más comentan, y por tanto, los que acaban decantando cuáles son los “trending topics”, lo más hablado en la red social.

Hay que tenerlo muy en cuenta. No perdamos contacto con la realidad, la que está en la calle, no en el mundo virtual. No confundamos un lago con todo el océano.