

In-Mediata

Twitter: 140 caracteres para describir al mundo

Por Leonardo Peralta

Preámbulo

Si algo ha sucedido con las tecnologías de Información y Comunicación (TIC's, como se les conoce) es que tomaron por sorpresa a los practicantes del análisis teórico de la comunicación. Por décadas menudearon estudios sobre radio, televisión, cine y otros medios, pero estudios sobre nuevos medios digitales han brillado por su ausencia, quizá debido a su aparición súbita e inesperada. Por ello se hace necesario el abordaje conceptual (aún cuando sea contingente) de la naturaleza y efectos de dichos medios dado que los fenómenos que provocan permean a la sociedad con mayor velocidad y potencial con una velocidad más rápida aún.

Legado técnico

La existencia del servicio de mensajes Twitter no se puede comprender sin la existencia de un medio anterior, del que obtuvo sus fundamentos conceptuales: el protocolo SMS (Short Message Service) para teléfonos móviles, establecido por el 3rd Generation Partnership Project desde 1990. Este protocolo determinó que los mensajes bajo SMS deberían tener una extensión máxima de 150 caracteres y que podrían usarse en cualquier dispositivo celular que atendiera al sistema Global System for Mobile Communications (GSM).

Los mensajes SMS se convirtieron con los años en uno de los medios de comunicación más populares en el mundo. De acuerdo con la proveedora de mensajes cortos Acision, tan sólo el 1 de enero de 2008 se enviaron 43 mil millones de mensajes de este tipo en todo el mundo. Sólo en un día. Esta tecnología se convirtió en parte de la cultura popular lo mismo permeando el habla y la escritura contemporáneas, desarrollando fenómenos sociales como el flash mob (manifestaciones repentinas organizadas vía mensajes celulares) o el conocido caso de la elección española de marzo de 2004, donde manifestaciones multitudinarias contra el gobierno de José María Aznar fueron convocadas informalmente por mensajes celulares.

Así, para cuando 2006, cuando los emprendedores Evan Williams, Jack Dorsey y Biz Stone decidieron darle una característica nueva al servicio de difusión de contenidos audiovisuales Odeo, apareció la idea de hacer algo similar a lo que hacían los mensajes SMS, pero combinándolo con las posibilidades de nuevos lenguajes dinámicos de programación (como Ruby on Rails) y la creciente amplitud de Internet ya no sólo en computadoras sino hacia otros dispositivos móviles.

El mundo, pues, ya esperaba Twitter.

Hilos y cuerdas

Los medios, tradicionalmente han sido vistos bajo la óptica de su naturaleza permanente, es decir, que su estructura y el sentido de los flujos de información que genera se mantiene fijo a lo largo del tiempo. La unidireccionalidad de los medios masivos (cine, televisión) ha sido consistente desde su creación como medios técnicos en los dos siglos pasados. La intimidad creada por la comunicación telefónica se ha mantenido casi sin cambio desde su invención por Alexander Graham Bell.

Sin embargo, Twitter es quizá uno de los primeros sistemas de comunicación cuya naturaleza puede cambiar dependiendo del momento y las intenciones del usuario. La experiencia del usuario del servicio puede ser tan éxtima (empleando la definición acuñada por la socióloga Paula Sibila en su texto *La intimidad como espectáculo*, para señalar la paradoja de un mensaje íntimo difundido a través de Internet para darle la mayor difusión posible) como lo es su voluntad.

Y así sucede la mayor parte de las veces. Un estudio realizado por Pearl Analytics en 2009 sobre una muestra de mensajes (*tweets*) encontró que más de un 78% de dichos mensajes tenían que ver con la esfera personal: comentarios sobre la vida y conversaciones con personas conocidas.

Pero hay algo más.

En cualquier momento la línea de tiempo (TL, como se le llama) de un usuario puede cambiar de naturaleza y dejar su naturaleza personal para tornarse parte de un proceso de comunicación masivo. Gracias al uso de los *hashtags* (etiquetas bajo el signo de gato #, que se adhieren a palabras clave) es posible que un usuario pueda convertirse en parte de una corriente de opinión más grande (denominada *trending topic*) y ser tomado en cuenta dentro de una conversación más grande. El hilo de una plática íntima, con algunos toques en el teclado puede volverse una declaración política, un punto de vista, un acto de dispersión de información (mediante el llamado *retweet*, *RT*) o una alerta de situación para que otros la tomen en cuenta.

Esta vertebración entre miles de hilos individuales para transformarse en una cuerda de opinión se hizo evidente con casos emblemáticos como *#IranElection* (acerca de la elección presidencial iraní de 2009), *#Ashtag* (en torno a las perturbaciones en el transporte aéreo global causadas por el volcán islandés *Eyjafjallajokull* durante la presente primavera) y *#Paulette* (sobre la desaparición y posterior proceso judicial alrededor de la niña mexicana Paulette Gebara en las recientes semanas).

El fenómeno descrito ha sido aprovechado lo mismo por organismos internacionales como el Council on Foreign Relations para direccionar peticiones y comentarios como en eventos populares como el festival musical *Vive Latino* para comunicar a los asistentes de las incidencias el evento o en la frontera norte mexicana para habilitar a los habitantes aislados por la violencia del crimen organizado un canal de información.

Y aunque se ha vuelto natural hablar de este sistema de comunicación (los medios *mainstream* ya lo usan de manera cotidiana), este proceso de comunicación individual-colectivo de naturaleza mutable a voluntad representa un cambio sustantivo en los procesos de comunicación en las últimas décadas, en tanto pueden vertebrarse en minutos procesos que antiguamente tomaban semanas o meses para tomar forma y accionar la espiral del silencio descrita por Elisabeth Noelle-Neumann.

Los efectos de este sistema de comunicación (crudamente descrito aquí) son impredecibles y abren la puerta a numerosas interrogantes: el papel de los medios tradicionales como interlocutores y porteros (*gatekeepers*) de la información comienza a verse cuestionado;

movimientos políticos comienzan a utilizar esta herramienta para mantenerse en la ola de la opinión pública y los mismos usuarios comienzan a darse cuenta y usar (aunque no siempre de forma exitosa o coherente) las ventajas de este nuevo medio.

Todo ello sin mencionar la aparición de una nueva forma de interacción comunicativa propia de esta época digital, basada en pequeños fragmentos de información (*bursts*), por momentos caóticos, por momentos coyunturales, por momentos reflexivos y que más que aspirar a un discurso de largo aliento, queda como una corriente de breves descargas de alta intensidad simbólica (hacia dentro o hacia el exterior del individuo) que a manera de mosaico, construyen la representación del individuo dentro de las redes digitales de comunicación.

Así, es probable que los años por venir sean testigos de modificaciones sustanciales en el proceso de formación de opinión pública, sin duda acicateados por la irrupción de tecnologías de las que Twitter sólo es una propuesta pionera.

Colofón

Unas palabras del filósofo sueco Esa Saarinen, quien en su texto seminal *Imagologies* de 1991, lo predijo con sorprendente precisión.

Media and the net form a mediatrix of non-linear thinking and communication.

Leonardo Peralta C.

Periodista

ljournalist80@gmail.com

Legado técnico

La existencia del servicio de mensajes Twitter no se puede comprender sin la existencia de un medio anterior, del que obtuvo sus fundamentos conceptuales: el protocolo SMS (Short Message Service) para teléfonos móviles, establecido por el 3rd Generation Partnership Project desde 1990. Este protocolo determinó que los mensajes bajo SMS deberían tener una extensión máxima de 150 caracteres y que podrían usarse en cualquier dispositivo celular que atendiera al sistema Global System for Mobile Communications (GSM).

Los mensajes SMS se convirtieron con los años en uno de los medios de comunicación más populares en el mundo. De acuerdo con la proveedora de mensajes cortos Acision, tan sólo el 1 de enero de 2008 se enviaron 43 mil millones de mensajes de este tipo en todo el mundo. Sólo en un día. Esta tecnología se convirtió en parte de la cultura popular lo mismo permeando el habla y la escritura contemporáneas, desarrollando fenómenos sociales como el flash mob (manifestaciones repentinas organizadas vía mensajes celulares) o el conocido caso de la elección española de marzo de 2004, donde manifestaciones multitudinarias contra el gobierno de José María Aznar fueron convocadas informalmente por mensajes celulares.

Así, para cuando 2006, cuando los emprendedores Evan Williams, Jack Dorsey y Biz Stone decidieron darle una característica nueva al servicio de difusión de contenidos audiovisuales Odeo, apareció la idea de hacer algo similar a lo que hacían los mensajes SMS, pero combinándolo con las posibilidades de nuevos lenguajes dinámicos de programación (como

Ruby on Rails) y la creciente amplitud de Internet ya no sólo en computadoras sino hacia otros dispositivos móviles.

El mundo, pues, ya esperaba Twitter.

Hilos y cuerdas

Los medios, tradicionalmente han sido vistos bajo la óptica de su naturaleza permanente, es decir, que su estructura y el sentido de los flujos de información que genera se mantiene fijo a lo largo del tiempo. La unidireccionalidad de los medios masivos (cine, televisión) ha sido consistente desde su creación como medios técnicos en los dos siglos pasados. La intimidad creada por la comunicación telefónica se ha mantenido casi sin cambio desde su invención por Alexander Graham Bell.

Sin embargo, Twitter es quizá uno de los primeros sistemas de comunicación cuya naturaleza puede cambiar dependiendo del momento y las intenciones del usuario. La experiencia del usuario del servicio puede ser tan íntima (empleando la definición acuñada por la socióloga Paula Sibila en su texto La intimidad como espectáculo, para señalar la paradoja de un mensaje íntimo difundido a través de Internet para darle la mayor difusión posible) como lo es su voluntad.

Y así sucede la mayor parte de las veces. Un estudio realizado por Pearl Analytics en 2009 sobre una muestra de mensajes (*tweets*) encontró que más de un 78% de dichos mensajes tenían que ver con la esfera personal: comentarios sobre la vida y conversaciones con personas conocidas.

Pero hay algo más.

En cualquier momento la línea de tiempo (TL, como se le llama) de un usuario puede cambiar de naturaleza y dejar su naturaleza personal para tornarse parte de un proceso de comunicación masivo. Gracias al uso de los *hashtags* (etiquetas bajo el signo de gato #, que se adhieren a palabras clave) es posible que un usuario pueda convertirse en parte de una corriente de opinión más grande (denominada *trending topic*) y ser tomado en cuenta dentro de una conversación más grande. El hilo de una plática íntima, con algunos toques en el teclado puede volverse una declaración política, un punto de vista, un acto de dispersión de información (mediante el llamado *retweet*, *RT*) o una alerta de situación para que otros la tomen en cuenta.

Esta vertebración entre miles de hilos individuales para transformarse en una cuerda de opinión se hizo evidente con casos emblemáticos como #IranElection (acerca de la elección presidencial iraní de 2009), #Ashtag (en torno a las perturbaciones en el transporte aéreo global causadas por el volcán islandés Eyjafjallajokull durante la presente primavera) y #Paulette (sobre la desaparición y posterior proceso judicial alrededor de la niña mexicana Paulette Gebara en las recientes semanas).

El fenómeno descrito ha sido aprovechado lo mismo por organismos internacionales como el Council on Foreign Relations para direccionar peticiones y comentarios como en eventos populares como el festival musical Vive Latino para comunicar a los asistentes de las incidencias el evento o en la frontera norte mexicana para habilitar a los habitantes aislados por la violencia

del crimen organizado un canal de información.

Y aunque se ha vuelto natural hablar de este sistema de comunicación (los medios *mainstream* ya lo usan de manera cotidiana), este proceso de comunicación individual-colectivo de naturaleza mutable a voluntad representa un cambio sustantivo en los procesos de comunicación en las últimas décadas, en tanto pueden vertebrarse en minutos procesos que antiguamente tomaban semanas o meses para tomar forma y accionar la espiral del silencio descrita por Elisabeth Noelle-Neumann.

Los efectos de este sistema de comunicación (crudamente descrito aquí) son impredecibles y abren la puerta a numerosas interrogantes: el papel de los medios tradicionales como interlocutores y porteros (*gatekeepers*) de la información comienza a verse cuestionado; movimientos políticos comienzan a utilizar esta herramienta para mantenerse en la ola de la opinión pública y los mismos usuarios comienzan a darse cuenta y usar (aunque no siempre de forma exitosa o coherente) las ventajas de este nuevo medio.

Todo ello sin mencionar la aparición de una nueva forma de interacción comunicativa propia de esta época digital, basada en pequeños fragmentos de información (*bursts*), por momentos caóticos, por momentos coyunturales, por momentos reflexivos y que más que aspirar a un discurso de largo aliento, queda como una corriente de breves descargas de alta intensidad simbólica (hacia dentro o hacia el exterior del individuo) que a manera de mosaico, construyen la representación del individuo dentro de las redes digitales de comunicación.

Así, es probable que los años por venir sean testigos de modificaciones sustanciales en el proceso de formación de opinión pública, sin duda acicateados por la irrupción de tecnologías de las que Twitter sólo es una propuesta pionera.

Colofón

Unas palabras del filósofo sueco Esa Saarinen, quien en su texto seminal *Imagologies* de 1991, lo predijo con sorprendente precisión.

Media and the net form a mediatrix of non-linear thinking and communication.

Leonardo Peralta C.

Periodista

ljournalist80@gmail.com