

- Línea editorial
- Quienes somos
- Números publicados
- Sigue COMeIN
- Red COMeIN

# COMeIN

Revista de los Estudios de Ciencias de la Información  
y de la Comunicación

ISSN: 2014-2226



Inicio > Número 5 (noviembre de 2011) > artículos

- Línea editorial
- Quienes somos
- Números publicados
- Sigue COMeIN
- Red COMeIN

Número 5 (noviembre de 2011)

## Tweet me

Javier Guallar

Hace un rato he encendido el ordenador hoy por primera vez. Después de echar un vistazo al correo electrónico, hago un recorrido habitual: empiezo por Twitter, y de ahí salto a algunos enlaces, después hojeo algunos diarios y blogs, señalo para leer después un par de análisis sobre el fin de ETA y tomo nota en Delicious de una excelente pieza del servicio de documentación de un diario, que paso inmediatamente a recomendar en Twitter. Antes de llegar al despacho, parada obligatoria en el bar a tomar un café y mirar cómo presenta un diario impreso las noticias del día (de ayer). Ya en mi lugar de trabajo, veo en mi “calendario del contribuyente” que hoy toca enviar artículo a *COMeIN*, y pienso en cuánto ha cambiado la manera en que consumo y consumimos noticias.

Recuerden aquellos tiempos –los que, por edad, puedan hacerlo– en que la única manera posible de consumo de prensa era la lectura del diario de papel. Lectura gratificante sin duda en tantas cosas –entre otras, porque no había alternativa– pero

fijémonos en uno de sus condicionantes. Lo habitual era limitarnos a una cabecera, a nuestro diario favorito. Quienes porque profesionalmente, por afición o porque sus circunstancias se lo permitían, podían leer más de una, no eran mayoría. En todo caso el domingo, para los muy aficionados, era un tiempo feliz el dedicado a la lectura pausada de más de un diario, con sus suplementos.

Pero en general nuestro universo de referencia era en aquellos tiempos el de un único diario: nuestro periódico de referencia. La lectura de noticias quedaba sobre todo vinculada a esa cabecera y así, el asiduo al diario x sabía más bien poco del diario y. Aquellos tiempos no han desaparecido totalmente, aunque a quienes pueblan las redes y no salen de ellas les parezcan la Prehistoria, pero sin duda lo que ha ido pasando cada vez más desde que llegó internet es que leemos la prensa de muy diversas maneras y ya nunca más quedamos limitados a la visión del mundo que nos ofrece una cabecera.

Podríamos, si les parece, llamar a aquella época la de *mi diario favorito*.

Pero llegó internet y lo cambió todo. Desde principios de la década de 2000, una vez la prensa digital fue dejando atrás la fase inicial de webs cutres y nada usables (por otra parte, lo habitual en la mayoría de webs de aquellos años) y se empezaron a ver diseños, contenidos y formatos pensados para el nuevo entorno digital, los *early adopters* de la época y algunos intrépidos empezaron a combinar e incluso algunos a preferir la lectura de los diarios de internet sobre los de papel. Algo más de diez años después, esos pocos son ahora legión, y de todas las edades.

La prensa en internet nos ha ofrecido la posibilidad con respecto a nuestra cabecera favorita, de hacer algo de manera muy fácil, y además en muchos casos gratis: serle infiel. ¡Qué cambio! Poder saltar del diario x al diario y, y después al z, y ver sus totalmente diferentes –o sorprendentemente iguales– versiones de lo sucedido. Más variedad, más libertad, también más dispersión. ¡Y qué difícil para los diarios digitales en este escenario fidelizar a sus lectores cómo los retienen (o retenían) los de papel!

Este segundo tipo de lectura de prensa lo podríamos calificar como el de *navegación online por diarios*.

Como los tipos de consumo son acumulativos, desde mediados de los 2000 entraron con fuerza en juego nuevos actores. Junto a los medios de comunicación tradicionales, la Red se pobló de nuevos habitantes: intrusos en el mundo de la información periodística que con todo el descaro del mundo llevan noticias al lector, las hubieran fabricado ellos o no. Especialmente dos tipos de servicios se llevan el gato al

agua en tráfico: buscadores y agregadores de noticias, y encima en los dos casos domina una única marca: Google, el buscador, y Google News, el agregador.

En Google News, por ejemplo, vemos cómo explican una misma cosa un montón de medios. La noticia, a partir de la irrupción de estos nuevos sistemas, es la unidad de consumo básica, no el diario. Ya no necesitamos entrar en la web de un periódico para llegar a aquella información que nos interesa, llegamos de otras formas. Al principio, se lo pueden imaginar, los medios se enfadaron mucho. Unos años después hay diversas posturas, y mientras algunos se resignan a aceptar Google como un mal menor por el tráfico que les aporta, otros tienden a cerrar sus informaciones tras muros de pago (pero esto ya sería otra historia). El caso es que, siguiendo el hilo de lo que estamos tratando, el consumo de la pieza informativa se independiza del acceso por la web del diario.

Podríamos llamar a este modo de lectura de prensa como el de *la noticia manda*.

Y desde hace unos dos o tres años, una nueva locura se ha apoderado de internet. Las redes sociales y los medios sociales como Facebook, Twitter o el nuevo Google+ (evolución de los servicios Web 2.0 que existen desde unos pocos años antes), han llegado a un nivel de implantación tan grande que han convertido la Red en un espacio de conversación y participación a escala planetaria como no se había visto ni vivido nunca antes.

Y las noticias, y los diarios, en este enorme flujo de información, ¿dónde quedan? Parece que hacen lo que pueden. Si la gente donde pasa más horas es en Facebook, pues hay que conseguir estar ahí, y que los enlaces a las informaciones circulen todo lo posible por los muros de Facebook y los *timelines* de Twitter para poder regresar en forma de visitas a la noticia.

Ahora para estar informado tenemos un nuevo sistema muy atractivo y cada vez más popular: entrar en Facebook y Twitter, y ver las recomendaciones de quienes seguimos (que pueden ser medios, sí, pero también personas). Una buena red de “recomendadores” entre nuestros amigos de Facebook y *following* de Twitter se convierte en una fuente informativa insustituible. Y divertida. Es muy útil tener unas buenas fuentes personales en estas redes sociales porque nos harán estar mejor informados. Y lo suyo, claro está, es también participar, contribuir, no solamente leer sino opinar, enviar enlaces, recomendar.

Podríamos denominar a esta nueva y ultimísima manera de leer noticias, como la de *Tweet me* (es que yo soy más de Twitter que de Facebook).

En fin, reflexionando sobre mi día a día, me doy cuenta que en estos momentos utilizo muchísimo el sistema *Tweet me*, algo menos los sistemas de *La noticia manda* y de *Navegación por diarios* y mucho más esporádicamente el de *Mi diario favorito*. Qué cosas. ¿Y ustedes?

gestión de la información; medios sociales; periodismo;