



GETFOCUSEDAPP

Comunicación y redes sociales

La conversación digital venezolana en tiempo de protestas

Carlos Delgado Flores* / Gaby Arenas de Meneses*

Una aproximación descriptiva a lo que ha sido el uso de redes sociales en este tiempo de conflictos nos muestra encuentros y desencuentros entre los bandos, en lo que luce como una oportunidad para reconstruir el espacio público cuando se mira en la densidad de las conversaciones de la gente

El Observatorio Venezolano de Conflictividad Social reportó un incremento de la conflictividad social en Venezuela en 400 % en febrero de este año, en relación con el mes de enero: de 445 protestas registradas, se pasó a 2 mil 248 en solo un mes. Para la fecha en que este texto se escribe aun no hay resultados de marzo, pero es previsible que se trate de una tendencia en vías de consolidación, constituida por la expresión de las urgencias.

En este contexto interesa saber cómo se informan los ciudadanos tanto del curso de las protestas como de los temas que constituyen la agenda nacional. El estudio sobre *clima país* elaborado por Datos I.R. en febrero de este año revela que 45,4 % de la población dice informarse por *televisión nacional de señal abierta*, mientras que 41,3 % afirma hacerlo por *las redes sociales del entorno digital*; 26 % dice informarse *conversando con la gente*, 19,3 % por *la prensa*, 19,3 % por *televisión por cable*, 10 % por *la radio* y 13,6 % por *otro medio* (ver gráfico 1).

Ahora bien, contextualizar el incremento de uso del “canal” de las redes sociales (que entrecorramos dado que el digital es mucho más que un canal o un agregado de canales, sino más bien, prácticamente un entorno), implica comprender los alcances de la hegemonía comunicacional del régimen y el giro reciente de la misma hacia la consolidación del control de los medios independientes de comunicación social por múltiples vías, entre otras: la adquisición directa, la presión administrativa o el cerco judicial; las cuales persiguen el establecimiento de censura previa, antes de que el *Centro estratégico de seguridad y protección de la patria* –Cesppa– entre propiamente en acción.

**GENTE REAL-GENTE VIRTUAL:
EL INTERNET DEMOGRÁFICO**

La cifra de preferencia por las redes sociales se acerca a la tasa de penetración de Internet en Venezuela, que según datos de Conatel revelan una desaceleración en su crecimiento: al cierre del IV trimestre de 2013 se estimaba una tasa de penetración promedio de 43,16 % a nivel nacional, toda vez que los estados con mayor presencia son: Miranda, (103,21 %), Distrito Capital (103 %), Nueva Esparta (56,04 %), Anzoátegui (44,24 %), Carabobo (44,24 %), Aragua (39,09 %), Yaracuy (36,05 %), Bolívar (33,97 %), Lara (31,18 %), Mérida (31,86 %), Táchira (39,47 %) y Zulia (28,59 %) (ver gráfico 2).

Para el IV trimestre de 2013 se estima, con base en datos oficiales, que cerca de 70 % de las conexiones a Internet son residenciales (2 millones 226 mil 326 suscriptores), menos de 1 % se hacen desde instalaciones no residencia-

les (252 mil 426 que vendrían a ser cuentas de cibercafé o centros de comunicaciones), y cerca de 30 % (1 millón 135 mil 194 suscriptores) desde dispositivos móviles. Y si bien la preferencia de uso como “canal” de información no equivale al registro de suscripción, el patrón de penetración parece sugerir una relación con el curso seguido por las protestas, por lo menos en términos de concentración demográfica.

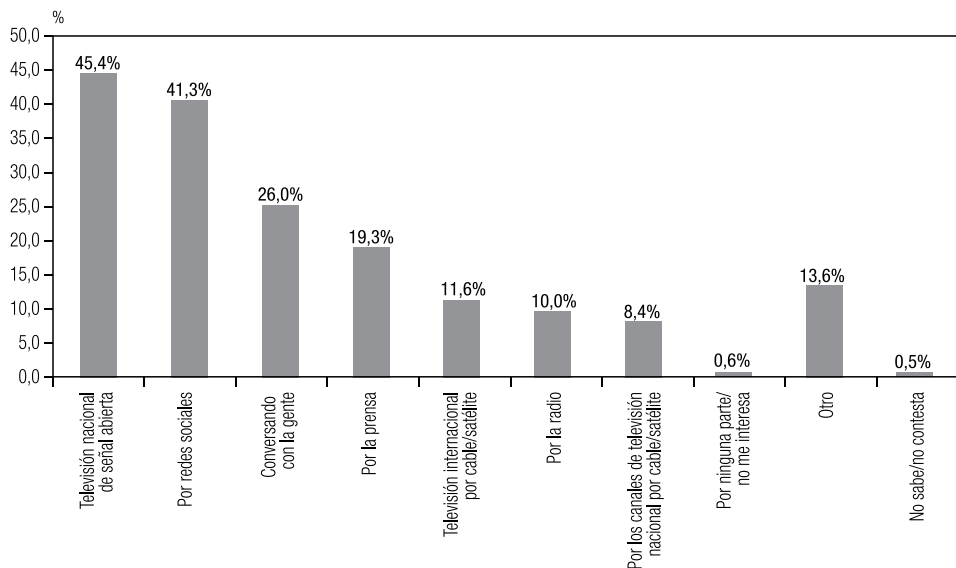
Y en relación con la penetración de las redes sociales de entorno digital en el país vale señalar que, según datos de Tendencias Digitales, para el cierre de 2013, 85 % de los usuarios de Internet en Venezuela usan redes sociales en alguna medida; Facebook es la más recurrida, por 37 % de los usuarios, y la penetración de Twitter, de 23 %, está por encima del promedio global.

En el mundo, Twitter es una red social utilizada principalmente por jóvenes, la edad promedio entre los usuarios masculinos es 26 años, mientras que los usuarios femeninos tienen en promedio 22 años. Solo 30 % de los usuarios tienen más de 30 años. En el caso de Venezuela la edad promedio es 25 años, y entre los 22 y 28 años se encuentra el rango donde se ubica el mayor porcentaje de usuarios, 38 % de acuerdo con un estudio realizado por PeerReach en noviembre de 2013.

**NO SOLO TWEETS: SE ARTICULAN LAS
CONVERSACIONES**

El Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB realizó recientemente un análisis exploratorio de lo que ha sido la conversación en Twitter en el marco del conflicto nacional. Se

Gráfico 1. ¿Cómo se ha informado usted sobre las acciones/ protestas de calle de los últimos días?
(Entre el 12 al 22 de febrero, espontánea múltiple. Base 800)



consideró para efectos de muestra el lapso entre 12 de febrero y 12 de marzo, sin dejar de tomar en consideración algunos aspectos de la dinámica a febrero de este mismo año.

Al analizar el comportamiento de los usuarios de Twitter en Venezuela, con 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 @leopoldolopez.

Entre las etiquetas (*hashtag*) mejor posicionadas antes del ciclo de protestas que inicia el 4 de febrero en San Cristóbal se encontraban #NoMasViolenciaVenezuela, con el cual los usuarios rechazaron el asesinato de la ex Miss Venezuela Mónica Spear, y #HagamosLaPaz, etiqueta que promovió el Gobierno nacional en el marco de una acción por la paz realizada el domingo 26 de enero. Durante la jornada se esperaba la prohibición del porte de armas a particulares y el anuncio de una serie de acciones que las instituciones gubernamentales promoverían para disminuir la inseguridad en Venezuela. La polémica etiqueta fue utilizada por los opositores para denunciar la ineficiencia del Gobierno para controlar la inseguridad y su participación promoviendo la violencia desde el discurso oficial.

Este uso común de etiquetas por ciudadanos de distintas tendencias políticas ya ha ocurrido en ocasiones anteriores, pero su empleo común por los bandos se reporta como una conversación de gran volumen, con continuidad en la interlocución a lo interno de la red, sobre todo

cuando se enfocan en temas que estudios de opinión pública como el *tracking* telefónico de Datos I.R. de marzo 2014 identifican como principales problemas: inseguridad (80,8 %), escasez, desabastecimiento de alimentos (79,4 %), alto costo de la vida (31,0 %) y desempleo (20,6 %).

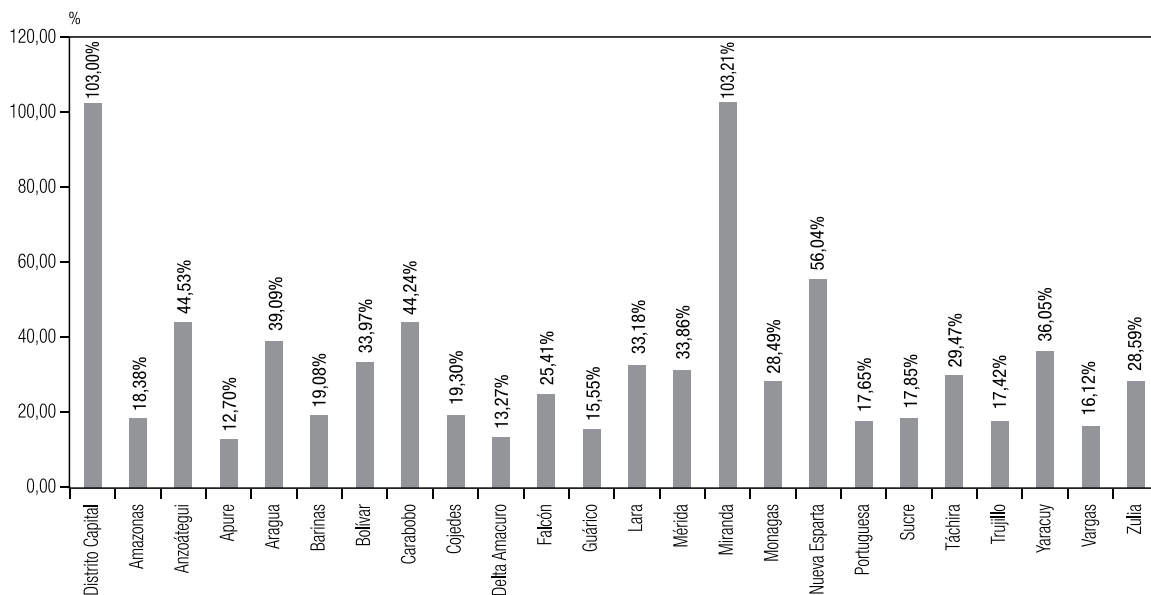
Desde el 8 de enero hasta el incremento de las protestas el 12 de febrero, las tendencias en Venezuela estuvieron dominadas por etiquetas que hacían referencia al caso Spear, a la inseguridad, al asesinato de un turista alemán en Venezuela y a la serie del Caribe. También se mantuvo entre los cinco primeros lugares la etiqueta #SinColas que los usuarios utilizan para reportar el tráfico y la presencia de productos de la cesta básica en los mercados.

Al identificar las etiquetas más utilizadas, según www.hashtags.org y www.trendinalia.com, durante los meses de febrero y marzo de 2014 se encuentran #Venezuela, #12FVenezuelaPaLaCalle, #PrayforVenezuela, #SOSVenezuela, #LeopoldoNoEstaSolo, #TioSimon, #TuVozEnLaOEA, #LaSalida, #TuPeoEsMiPeo, #ConcluLATachira, #ConcluRadical y #ConcluLeyes. Estas tres últimas se utilizaron para enviar comentarios y hacer referencias a la cobertura que el programa “Conclusiones” de *CNN* ha hecho de las protestas en Venezuela. #ConcluLeyes y #ConcluRadical llegaron a ubicarse incluso en la lista de los *trending topics mundiales*.

LOS HABLANTES Y SUS TEMAS

Considerando la edad promedio del 38 % de los usuarios de Twitter, se realizó el seguimiento a 100 cuentas de jóvenes con edades com-

Gráfico 2. Venezuela. Penetración de usuarios del servicio de Internet según entidad (IV trimestre 2013. Usuarios por cada 100 habitantes. Cifras preliminares)



prendidas entre los 18 y 28 años en Venezuela, con el objetivo de determinar los temas más comentados, y las etiquetas más utilizadas por el grupo. Un total de 58 % de los hablantes variaron sus temas de conversación entre diciembre 2013 y febrero 2014, pasando de comentar asuntos cotidianos o relacionados con acontecimientos mundiales a dedicar sus cuentas casi exclusivamente a los temas políticos y relacionados con las protestas en Venezuela.

Uno de los temas más comentado en este grupo etéreo son las detenciones y violaciones a los derechos humanos de los manifestantes, así como las diversas convocatorias a marchas y concentraciones hechas por los líderes políticos o estudiantiles. Es importante señalar que dentro de este grupo (58 %) que ha cambiado sus temas de conversación hacia la política, las protestas y las tensiones sociales en Venezuela, hay un grupo de aproximadamente 6 % que se identifica como oficialista y sus publicaciones suelen ser principalmente respuestas a los llamados de la oposición, utilizando etiquetas como:

#VzlaUnidaContraElFascismo, #A11mesesDeTuSiembraComandante, #DerechaViolentaYFascista, #GringosYFascistasRespeten, #SomosFANB #MotorizadosChavistasdePaz. Todas 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 comentaron hasta colocar en los cinco primeros lugares de las etiquetas más comentadas las relacionadas con las víctimas y victimarios de la violencia, como: #JosneidyCastillo con la cual atacaban o defendían a la funcionaria de la GNB que golpeó con el casco a #MarviniaJimenez. #JimmyVargas con la cual comentaron el asesinato del joven pero que se convirtió en una de las más comentadas cuando el Ministerio Público informó que no se juzgaría a los culpables de la muerte del joven y anunció un sobreesamiento de la causa por motivo de “las manifestaciones violentas ocurridas durante los meses de febrero y marzo 2014”. Otros casos más comentados por los usuarios fueron el de Robert Redman, Danny Vargas, Basil da Costa, Génesis Carmona y Adriana Urquiola.

En todo el mes de febrero la etiqueta más comentada fue #VzlaElQueSeCansaPierde, que permaneció en el primer lugar de los *trending topics* durante más de 58 horas y alrededor de una semana entre los diez primeros lugares.

De los jóvenes que formaron parte de la muestra, 22 % realizaron pocos comentarios vinculados a las protestas o a la política, en su caso los temas más recurrentes fueron los cotidianos y relacionados con la farándula o con el humor. Entre las etiquetas más comentadas por este grupo encontramos #Goya2014, utilizada cuando la película venezolana *Azul y no tan Rosa* se llevo el premio Goya como Mejor Película Ibe-

roamericana, #CarnavalArenitaYPlayita, #Carnaval, #AdoptaunTupamaro, #DimeAlgoNegra, y Pepsi, con el cual comentaron la nueva campaña de la marca con el futbolista Lionel Messi.

Otras etiquetas comentadas por el grupo y que contenían algunos comentarios políticos o agradecimiento por el apoyo prestado por los artistas frente a la situación de Venezuela fueron #LauraPausini, #JaredLeto, #KevinSpacey, #AlejandroSanz, #DemiLovato, #CarolinaHerrera, #Rihanna, #RickyMartin y #SofíaVergara.

Por otra parte, 13 % de las cuentas tuvieron un perfil más preocupado por asuntos sociales o políticos. En ellas los usuarios comentaron temas como el Sicad, la devaluación, la escasez, el cierre de locales en centro comerciales, la dificultad para adquirir pasajes aéreos. Sin embargo, el único de estos temas que llegó a ubicarse entre los tres primeros lugares de las etiquetas más utilizadas fue #LorenzoMendoza, el cual fue utilizado en una primera oportunidad para referirse a su intervención en la reunión con el presidente Nicolás Maduro, y algunas semanas más tarde llegó al quinto lugar cuando los usuarios comentaron las palabras del presidente Nicolás Maduro hacia Mendoza y lo señalaban como el líder que quisieran para Venezuela.

Y finalmente, 7 % de los jóvenes a cuyas cuentas se les hizo seguimiento no publicaron ningún tipo de información aunque se conectaban a diario. Son testigos mudos de un tejido profuso de conversaciones que acaso apuntan hacia un horizonte de oportunidades, ilustrando en volumen lo que el sentido común aconseja: que hablando se entiende la gente.

* Miembros del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

REFERENCIAS

- PEERREACH (2013): *Twitter active users study*. Disponible en: <http://blog.peerreach.com/2013/11/4-ways-how-twitter-can-keep-growing/>
- MINISTERIO PÚBLICO (2014): *Balance de la actuación del Ministerio Público en los casos relacionados con los hechos de violencia en Venezuela*. Rueda de Prensa 28 de marzo de 2014. Disponible en: http://www.mp.gob.ve/c/document_library/get_file?uuid=516b73c5-e16e-4705-a15e-a97c9cf9e8b4&groupId=10136
- CONATEL. *Indicadores trimestrales de Internet en Venezuela*. Disponible en <http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/indicadorestrimestrales>
- EL UNIVERSAL. *Venezuela supera el promedio de la región en uso de redes sociales*. Disponible en <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/elecciones-2013/131126/venezuela-supera-el-promedio-de-la-region-en-uso-de-redes-sociales>