



Twitter, Clubhouse i Twitch: Tot succeeix en temps real



Consulta de mòbil. Font: Alumnat UdL.

A causa de la pandèmia de la Covid-19, s'ha observat com Internet i les xarxes socials han tingut un paper molt important. Segons l'informe *Digital 2021*, elaborat per Hootsuite i We are social, l'ús de la xarxa ha tingut un creixement significatiu l'any 2020, que es justifica en la seva major part per l'augment de l'educació i el treball en línia i per les restriccions de mobilitat que encara afecten gran part de la població.

Aquesta pèrdua de contacte físic amb altres individus, ha provocat que les xarxes socials siguin una eina per a estar entretinguts, però també per a mantenir la comunicació amb altres persones que no es troben en el nostre cercle proper. Entre algunes d'aquestes pàgines webs i aplicacions, en van destacar en concret 3, que s'obrien pas oferint un servei actualitzat o innovador.

Una de les eines que van actualitzar el seu perfil per poder satisfer les necessitats dels seus usuaris va ser Twitter. Es defineix com un servei d'entreteniment que **«permet a grups d'amics, familiars i companys de treball que es comuniquin i estiguin en contacte a través de missatges ràpids i freqüents»**, però el que hem pogut observar fins al dia d'avui és que l'ús que li donen els usuaris a aquesta pàgina web o aplicació no es limita tan sols a mantenir el contacte amb els seus seguidors i seguits, sinó que s'ha convertit en una font i canal d'informació.



L'aparició d'aquesta xarxa social de *microblogging* va suposar un gran canvi en el món de la comunicació. Com ja comentàvem anteriorment, aquesta eina no només permet mantenir el vincle entre els diversos membres i crear comunitats de persones amb els mateixos interessos, sinó que a més permet la difusió i recepció d'informació de manera instantània, en gran quantitat i ofereix una pluralitat de visions sobre un mateix fet.

A través d'aquest mitjà de comunicació la difusió i recepció es fa de manera instantània perquè només cal tenir un dispositiu (mòbil, ordinador, tauleta...), tenir accés a internet i ser usuari de la xarxa per tuitar en qualsevol moment que hom desitgi i consultar tant contingut com es vulgui. Els membres de la plataforma són lliures d'escriure sobre el que vulguin i consultar tot el contingut del tema que els interessen a l'hora i dia que vulguin, per aquest motiu també es produeixen grans quantitats de tweets de molts dels usuaris, perquè no existeixen limitacions. Segons les dades que presenta Matt Ahlgren a *50 Estadístiques i fets de Twitter per a 2020*, s'arriben a tuitar fins a 500 milions de tweets diaris i 330 milions d'usuaris estan actius mensualment. A conseqüència d'aquest ús sense limitacions, a la xarxa es poden trobar diversos missatges sobre els mateixos fets extraordinaris, dignes de ser considerats notícia, amb la diferència de què en diversos se'ns planteja diferents visions i versions que ens permeten construir i visibilitzar un escenari més ampli.

Aquest canal, conjuntament a la resta d'eines que presenta el món digital, ha trencat amb els límits espacials i temporals, facilitant la feina a molts professionals del món de la comunicació, especialment al 24,6% d'usuaris de Twitter que conformen els periodistes verificats (sense tenir en compte els que no ho estan). El conjunt de periodistes, corresponsals i reporters, havien de desplaçar-se fins al lloc dels fets per poder cobrir una notícia, si no ho feien en el temps adequat, allò que en aquell instant era notícia i cridaner per a la població deixava de ser-ho en el moment que els professionals arribaven al lloc dels fets. Gràcies a Twitter, aquestes barreres s'han trencat i no cal que els comunicadors es preocupin per difondre la notícia en el moment idoni, la informació que els arriba per la plataforma els permet cobrir els successos en el temps oportú.

Encara que s'ha facilitat la feina als periodistes enderrocant aquests obstacles, ha sorgit un de nou que sempre ha estat present en el paradigma de la comunicació, però que ha patit un auge amb l'aparició de les xarxes. Com ja s'ha mencionat anteriorment, a Twitter qualsevol que disposi d'un dispositiu amb connexió a la xarxa pot difondre informació, així que els informadors corren el risc de caure en la trampa de la desinformació i les *fake news*. En aquest últim any, hem pogut ser testimonis de missatges, vídeos i imatges sobre la Covid-19 que es van difondre en la plataforma i que són clars exemples d'aquest fenomen.

Arran d'aquest apogeu d'informacions falses sobre la Covid-19 i les eleccions del 2020 als Estats Units, Twitter va començar a posar avisos en els tweets i les comptes de les persones: **«Si determinem que un tweet presenta informació controvertida o enganyosa que podria produir mal, és possible que afegim una etiqueta al contingut per a proporcionar context»**. Tot i que aquesta nova funció permet la identificació d'alguns d'aquests tweets enganyosos, s'ha de tenir en compte que no tots els tweets passen pel filtre, així que encara que el contingut sembli fiable, els periodistes mai han de refiar-se, han de complir amb la seva feina com a professionals, comprovar la informació i garantir a la ciutadania un servei informatiu de qualitat que ningú altre podrà oferir.