

La influencia de las críticas en Twitter en la labor informativa del periodista

A partir de una encuesta a **destacados periodistas** de distintos medios, el autor expone cómo influyen las críticas y las **amenazas de los tuiteros** –si afectan a la hora de **informar y opinar** y si cambian la **agenda informativa**– y cómo se debe actuar ante ellas.

MANUEL MORENO

Los periodistas nunca han tenido a su disposición –en la palma de su mano, en su teléfono móvil– tantas y tan efectivas herramientas para desarrollar el ejercicio de su profesión como tienen ahora, gracias a la popularización de las conexiones a internet en movilidad y la proliferación de infinidad de aplicaciones móviles, que les permiten informar en cualquier momento y desde cualquier lugar de una forma fácil y económica.

A la generalización de esta nueva realidad informativa han contribuido sobremanera las redes sociales, plataformas que han cambiado el flujo de la comunicación y que han convertido al tradicional receptor –el lector, el oyente, el espectador– de los mensajes también en emisor, el cual exige que sus opiniones sean escuchadas y tenidas en cuenta por

los informadores. Esa bidireccionalidad de la comunicación, que ha cambiado para siempre el ejercicio periodístico, es palpable en la mayoría de las redes sociales, pero es en Twitter donde se percibe de manera más clara y, sobre todo, de forma más inmediata.

Desde su nacimiento en 2006, Twitter ha sido una red social con una clara intención informativa. Ya en 2009, la compañía cambió su eslogan “¿Qué estás haciendo?” por “¿Qué está pasando?”, haciendo evidente que la plataforma dejaba de ser un lugar al que los usuarios accedían para contar lo que ocurre en su día a día para convertirse en un espacio en el que prima la actualidad y las noticias de última hora. Según el estudio *News, Discovery & Influence*, elaborado por Kantar Media a petición de Twitter

España, el 69% de los usuarios considera que Twitter es una plataforma idónea para mantenerse al día de lo que está pasando y el 68% acude a la red social de forma habitual para informarse de un acontecimiento que esté ocurriendo en tiempo real.

De la misma manera en que Twitter se convirtió en un espacio al que acceder a información de forma inmediata para los usuarios, también se ha constituido en una herramienta de gran utilidad para los periodistas en el ejercicio de su profesión. Es un medio idóneo para que los comunicadores publiquen sus informaciones, lo que les permite llegar a nuevas audiencias y lograr una mayor difusión de su trabajo; para obtener nuevas fuentes de información y datos de contexto, y también para crear y trabajar su marca personal en internet.

Además, el carácter bidireccional de la comunicación en la plataforma permite tener un contacto directo con el público y recibir la respuesta de la audiencia en tiempo real, algo positivo en teoría, pero que también puede acabar condicionándoles en su labor diaria. “Tradicionalmente, no existía el contacto directo con los lectores, con los espectadores. Eso hacía que los periodistas únicamente contaran con el *feedback* [retroalimentación] de su jefe de redacción, que analizaba los contenidos elaborados y el impacto que hubieran tenido el día después. Ahora todo eso ha cambiado, lo que tiene enormes ventajas, aunque

también inconvenientes. Ahora tenemos el *feedback* de las redes, donde la opinión es lícita, la crítica es sana, pero el insulto debe ser intolerable”, dice **Juan Pedro Valentín**, periodista de Mediaset y director del diario digital *Nius*.

J.P. Valentín: “La opinión es lícita, la crítica es sana, pero el insulto debe ser intolerable”

En la misma línea, **Diego Losada**, periodista de TVE y presentador del programa *España Directo*, reconoce que poder recibir los comentarios de los espectadores en tiempo real permite experimentar con una nueva forma de entender la televisión en directo, más cálida y con acceso a contenidos generados incluso por la audiencia. “El *feedback* de los espectadores de *España Directo* es positivo y, sobre todo, útil para la emisión. Nos cuentan su experiencia cercana al tema que estamos tratando. Acuden a nosotros de manera individual o colectiva para que contemos su historia, participan en los retos que les lanzamos, los incorporamos en las tramas narrativas que vamos creando con secciones y juegos... Es un *feedback* útil, y como tal, merece ser contestado y agradecido”, afirma.

“Hay otro tipo de comentarios que se refieren a nuestra parte más personal como comunicadores. Esos mensajes no

los suelo contestar, ya sean positivos o negativos. Además, tengo la suerte de no tener que lidiar con faltas de respeto. Creo que no merecen ser contestadas, claro”, asegura Losada. Tradicionalmente, los periodistas más expuestos públicamente eran los que trabajaban en televisión. Sin embargo, la popularización de redes sociales como Twitter hace que informadores de otros medios como la radio o la prensa escrita, que no llegaban a ser tan populares entre el gran público, ahora se sitúen también en primera fila, a solo un clic de las reacciones de los lectores.

“Esto no tiene por qué ser negativo, ya que supone un mayor control de calidad. Los periodistas sabemos que en plataformas como Twitter hay muchos lectores sensatos, con amplios conocimientos sobre un tema, que te dan su opinión o que incluso a veces te corrigen. Esto nos hace ser más precavidos a la hora de dar un dato, porque sabemos que el nivel de exigencia es fortísimo, y redundante en la calidad de las informaciones”, apunta **Carlos E. Cué**, periodista especializado en política del diario *El País*.

La exposición permanente de los periodistas en Twitter puede servir así para que estos sean más rigurosos en su trabajo, y apuntala uno de los pilares fundamentales de la profesión: la comprobación de la información y el contraste de fuentes. “La crítica, siempre que sea constructiva, es positiva y nos lleva a producir mejores informaciones”, añade Cué.

Sin embargo, no siempre los comentarios de los usuarios en esta red social se producen en esa línea y la mayor parte de los periodistas que utilizan Twitter reconocen que también tienen que lidiar en su día a día con insultos y descalificaciones. “La mayor parte de los mensajes que recibo son puntualizaciones, apreciaciones a mis comentarios, casi siempre en un tono amable y constructivo, aunque también suelo encontrar mensajes con insultos o críticas no precisamente constructivas. En comparación son muchísimos menos, pero de todas formas, sin duda, el anonimato envalentona a personas que se sirven de él para decir cosas que, probablemente, jamás dirían en un contacto personal”, señala **José Luis Pérez**, director de informativos de COPE y 13 TV.

Generalmente, la falta de respeto y el descalificativo llega de perfiles sin fotografía o con un avatar que no muestra el rostro del usuario. Este tipo de comentarios también suele ampararse en *nicks* [apodos] que no reflejan la identidad del autor. A menudo todo queda en una mera provocación, pero hay ocasiones en las que el tuitero, creyendo en ese falso anonimato que proporcionan las redes sociales, va más allá y pasa del comentario al insulto o, incluso, a la amenaza personal. “Cada día recibo unos 2.000 comentarios o menciones en Twitter, y el 90% son basura, insultos o comentarios maleducados. Si eso se reflejara igual en la vida real, no podría

ir por la calle y, sin embargo, lo hago tranquilamente. Hemos aceptado que lo que ocurre en las redes sociales es lo que ocurre en realidad y no es así. Es un problema que solo tengo en Twitter, y cada vez soy más crítico con esta red social. Creo que ha dejado ser reflejo de la realidad, como sí lo era hace seis o siete años”, establece **Ignacio Escolar**, director de *ElDiario.es*.

En su caso, no solo recibe insultos de manera cotidiana. “Se han inventado entrecomillados pensados para generar discurso de odio contra mí, que, gracias a los algoritmos de las redes sociales, pensados para generar *engagement* [compromiso], han multiplicado los impactos”, señala Escolar, quien asegura que hasta el momento no había tomado acción alguna ante estas situaciones, aunque ahora se plantea interponer una demanda en las situaciones de mayor gravedad. “Ante el mero acoso, generalmente me callo. Trato de abstraerme, aunque hay días que te fastidian la tarde, sobre todo cuando tienes a miles de personas insultándote”, lamenta.

Cada periodista reacciona ante los descalificativos de una manera distinta, aunque también depende de la cantidad y de la gravedad de las críticas, o si estas llegan a convertirse en amenazas, aunque lo cierto es que, de alguna manera u otra, condicionan su trabajo o, al menos, su presencia en Twitter. “No me afectan a la hora de hacer noticias y elaborar mis informaciones, sigo haciendo mi trabajo;

pero sí que, a la hora de publicar determinadas opiniones que sé que pueden generar polémica, me las reservo. No porque me dé miedo, sino porque me aburre”, apunta Carlos E. Cué.

“En mi caso, al redactar una información, no me ha influido en ningún momento Twitter, pero tampoco cualquier otra presión o amenaza. Pero sí creo que puede influir en compañeros inmigrantes digitales. De hecho, no pocos han abandonado la red social o no entran en ella por miedo a los insultos”, reconoce **Almudena Negro**, periodista del diario *La Razón* y diputada en la Asamblea de Madrid.

C.E. Cué: “El nivel de exigencia es fortísimo, y redundante en la calidad de las informaciones”

Aunque no se llegue a abandonar la red social o se disminuya intencionadamente el tiempo de uso de Twitter, en algunos casos puede ocurrir que el periodista, ante las constantes críticas, se vea influido hasta el punto de modificar su discurso y adaptar sus mensajes a lo que cree que demandan sus seguidores en esta plataforma. “El riesgo es que se segmente tanto la audiencia que tengas únicamente seguidores u odiadores, y que eso te empuje a elaborar información para tus *followers* [seguidores] y para enojar a tus detractores, olvidándote lo que realmente está pasando”, ad-

vierte Juan Pedro Valentín.

En la misma línea se expresa **Juan Soto Ivars**, periodista de *El Confidencial*, quien afirma que esta realidad es aún más patente a la hora de elaborar artículos de opinión. “Los articulistas de opinión viven muchas veces secuestrados por sus lectores tipo: a muchos les cuesta salir de su paraguas ideológico y acaban escribiendo lo que sus lectores van a aplaudir. En tiempos de internet, la libertad de criterio hay que trabajarla el triple. La línea editorial del medio me parece casi menos amenazante que la de los lectores de ese medio. Y si son suscriptores *prémium* que pagan para leer, peor todavía: reaccionan a un artículo que no les gusta como clientes. No hay nada peor”, puntualiza.

No solo puede condicionar lo que esperan los tuiteros del periodista, sino que también las propias funcionalidades de la red social pueden influir en su trabajo. “Hay quien incluso elige los temas que va a tratar dejándose llevar por los *trending topics* [tendencias] de la plataforma, pero no debemos olvidar que la agenda informativa se conforma de muchos *inputs* [entradas o aportaciones], y que las tendencias en Twitter solo son uno de ellos, entre cientos. Es de lo que más están hablando los usuarios de una red social en un momento dado, nada más”, señala Valentín.

Asimismo, la naturaleza de los comentarios, las críticas y las amenazas que los periodistas reciben a través de

Twitter depende también del medio para el que trabajen. “Supongo que si vas por libre y no perteneces a ningún medio, tienes más libertad a la hora de expresarte. Pero si estás sujeto a una determinada línea editorial, no es tan fácil publicar sin más y acabas pagando peaje”, explica Raquel Martínez, periodista y presentadora del Canal 24 Horas de TVE.

J. Soto Ivars: “Los articulistas viven muchas veces secuestrados por sus lectores tipo”

La periodista publicó hace meses un contenido relacionado con la *geoingeniería* en su cuenta personal de Twitter que generó mucha polémica, con comentarios a favor y, sobre todo, en contra, los cuales siguen produciéndose desde entonces cada día. “Me sirvió para darme cuenta de que si perteneces a un medio, más si es a un medio público, por mucho que en tu perfil recalques que ‘mis opiniones me representan solo a mí’, no vale de nada: los interesados, que no saben/quieren distinguir entre lo profesional y lo personal, aprovechan tu faceta pública para atacarte tanto a ti como al medio en el que trabajas, sin aceptar a veces que el hecho de trabajar en un sitio determinado no es sinónimo de comulgar siempre con todo cuanto se haga dentro de él...”, lamenta.

En este sentido, a la hora de recibir críticas, influye tanto la línea editorial del medio para el que se trabaje como los temas que el profesional trate habitualmente, ya que hay contenidos que son más susceptibles de generar polémica entre los tuiteros que otros. Un ejemplo evidente de confrontación es la información política, que eleva los niveles de crispación en Twitter al enfrentar a afines y contrarios de una determinada ideología.

Iñaki López: “Ellas sufren más ese comportamiento anómalo y enfermizo”

“De un tiempo a esta parte, han crecido al amparo de algunos partidos auténticas granjas de troles, con el único objetivo de insultar y/o difamar. Nada especialmente molesto. Basta con silenciar o bloquear esos perfiles. En unas pocas horas, haces la limpia. El ataque de esas granjas, siempre masivo, coincide con la presencia del líder del partido en plató o una noticia sobre alguna cuestión delicada que afecte a esa formación. Cualquier pregunta incómoda desata a la horda, que solo parece saber comunicarse con insultos o amenazas. Nada grave”, asegura **Iñaki López**, presentador de *La Sexta Noche*.

El mundo del deporte, y especialmente el fútbol, también genera tensiones entre los seguidores más acérrimos de

los distintos equipos y los periodistas deportivos. “Los *hooligans* y los ultras son muy abundantes en la red. Son intolerantes y maleducados, y en el mundo del fútbol, aún más”, reconoce **Jesús Gallego**, periodista deportivo de la Cadena SER y Gol TV.

Ante el insulto o la crítica destructiva, la mayor parte de los profesionales entrevistados se inclina por no ofrecer respuesta alguna en la mayor parte de las ocasiones. Se trata de no alimentar al trol y, simplemente, ignorar la falta de respeto, aunque pueda molestar a título personal. “Al principio, en Twitter tuve algún episodio negativo que me afectó, pero ya no me dejo impresionar. La mayoría es gente frustrada y cobarde, así que no hago ni caso. La red es para enriquecerte y enriquecer”, cuenta Gallego.

Política, deporte, religión... son temas más propicios a la recepción de críticas en Twitter. Las reciben hombres y mujeres, pero la desigualdad de género también es una realidad en este contexto. Las profesionales de la información son objeto de más comentarios negativos y amenazas en Twitter solamente por el hecho de ser mujeres. “Yo, por ejemplo, no me he enfrentado a amenaza alguna, pero muchas de mis compañeras sí. Ellas sufren más ese comportamiento anómalo y enfermizo. Han tenido que denunciar acosadores y amenazas graves varias”, establece Iñaki López.

Aspecto físico, capacidades profesionales, situaciones familiares... en oca-

siones cualquier excusa es válida para desprestigiar la información de una periodista. “Hay mucho machismo en Twitter, o en la sociedad en general. Muchos comentarios que me suelen llegar contienen numerosas expresiones machistas que hacen alusión al sexo o a la apariencia, algo que no se da en el caso de los hombres”, confirma Almudena Negro.

A.I. Bernal Treviño: “Las redes sociales son permisivas con el discurso de odio”

Si además el profesional se dedica al periodismo de derechos humanos y trata temas en sus informaciones como inmigración, derechos LGTBI o feminismo, las posibilidades de recibir insultos y amenazas en Twitter se multiplican. “El feminismo se articuló muy bien en redes para el primer 8 de Marzo y teníamos un foco muy importante en ellas para coordinarnos, compartir experiencias... El machismo, al ver que el feminismo se coordinaba en red, se introdujo en ellas para dar sus propias respuestas. Intentan estigmatizarte, cuestionarte, decir que tu voz no vale... y, al final, eso es el machismo”, apunta **Ana I. Bernal Treviño**, profesora de la Universitat Oberta de Catalunya y periodista.

Para Bernal Treviño, el problema de base está en la educación. “Son mensajes de personas condicionadas por su cultura. No argumentan, no realizan una

crítica constructiva, van a intentar desprestigiarte, poniéndote de loca, imbécil, metiéndose con tu físico o tratando de vincularte a partidos políticos. Además, son reincidentes que incluso se apuntan un tanto cuando las feministas les bloquean en Twitter, y se jactan de ello”, aclara.

¿Qué puede o debe hacer el periodista que recibe críticas o amenazas a través de Twitter? La respuesta, como hemos visto, pasa por no alimentar al trol. “También es importante que los propios compañeros, los propios periodistas, mostremos nuestra solidaridad públicamente con los compañeros que resultan amenazados”, recalca **Sato Díaz**, director del diario digital *Cuarto Poder*.

Además, en situaciones de mayor gravedad, lo conveniente es poner la situación en conocimiento de los cuerpos de seguridad del Estado. “No suelo prestar demasiada atención a esos mensajes. Que me afectaran sería la mayor satisfacción que le podría dar a alguien que me envía un mensaje insultante o amenazante. De hecho, suelo silenciar (y no bloquear) a los *haters* [odiadores] para ignorarles. De todas maneras, creo que toda amenaza debe darse a conocer a la propia red social y, si es grave, a la Policía, que hace un trabajo extraordinario en este terreno”, aconseja José Luis Pérez.

Denunciar ante la Brigada de Investigación Tecnológica de la Policía Nacional y el Grupo de Delitos Telemáticos de la Guardia Civil es la solución para los

casos más extremos; no obstante, si se reciben decenas de amenazas cada día, es prácticamente imposible iniciar un proceso legal por cada una de ellas.

Ante esto, las miradas se vuelven hacia la propia red social, Twitter, sus normas de uso y las herramientas que pone en manos de los usuarios para evitar este tipo de situaciones. “Al principio, me tomaba las críticas y amenazas más en serio, pero he dejado de actuar. Incluso, he denunciado a Twitter y les ha dado igual. Conozco a compañeras que han denunciado y, por ello, han acabado viendo cómo les cerraban a ellas la cuenta. Las redes sociales son permisivas con el discurso de odio”, denuncia Ana I. Bernal Triviño.

Twitter, por su parte, es claro en este sentido; al menos, en teoría. Su Política de Comportamiento Abusivo prohíbe el comportamiento que intimida, acosa o intenta silenciar la voz de otro usuario. “El principal objetivo de Twitter es mejorar la salud de la conversación pública, lo que incluye garantizar la seguridad de las personas que utilizan nuestro servicio. Si bien invitamos a las personas a expresarse libremente en Twitter, no toleramos comportamientos que crucen la línea del abuso, la conducta de odio o el acoso”, se establece en ella.

La compañía pone a disposición del usuario en general, y de los periodistas en particular, herramientas que le permiten controlar los contenidos que ve y las personas con las que interactúa en

la red social, con el objetivo de que la conversación y la información sean más saludables en la plataforma. Así, se pueden silenciar cuentas, palabras, emojis y *hashtags* específicos, emplear las opciones avanzadas de bloqueo de cuentas, deshabilitar la recepción de mensajes directos y filtrar las notificaciones, entre otras funciones.

I. Escolar: “A mí se me está expulsando de esta red social”

Además, la red social ha desarrollado una tecnología que permite identificar de forma proactiva más de la mitad de los mensajes sobre los que toma medidas por abuso. Estos son posteriormente revisados por un equipo humano, en lugar de depender únicamente de los informes que hagan las personas que usan Twitter. “Nuestra misión es ayudar a todos los medios de comunicación y periodistas en su estrategia digital y nos aseguramos de que todos los periodistas conozcan bien Twitter, con objeto de aprovechar la plataforma para un mejor desarrollo de su labor periodística y para reforzar su imagen de marca personal”, dice **Beatriz Arias**, directora de Noticias y Alianzas Estratégicas de Twitter España.

Twitter también sirve en ocasiones como espacio para que los usuarios de la red social salgan en defensa de profesionales de la información y de su trabajo.

Por ejemplo, la periodista Mar Chércoles recibió el apoyo de los tuiteros después de quedarse bloqueada en una conexión en directo en el *Telediario* de Televisión Española y pedir disculpas por la red social con el *hashtag* #TierraTrágame. De la misma manera, fueron muchos los usuarios que hicieron *trending topic* la etiqueta #StopPeriodismoMachista tras unas informaciones publicadas sobre la vida personal de la periodista Marta Flicht, o quienes contrarrestaron la actitud machista vivida por la periodista de Mediaset María Gómez mientras cubría el pasado Mundial de Fútbol de Rusia.

Sin embargo, estas son respuestas espontáneas de los tuiteros, si bien son muchos los periodistas críticos que echan en falta una mayor implicación de la propia red social como compañía para acabar con el discurso de odio y con una situación que les afecta laboralmente y que en algunos casos les resulta insos-

tenible. “El algoritmo de Twitter es un completo fracaso y nos encontramos casos de bloqueos inexplicables y amenazas que permanecen en la red, sin que Twitter ofrezca jamás una explicación. La red intenta dar respuesta a este tipo de comportamientos con iniciativas como limpiar perfiles falsos, pero lo cierto es que no lo está consiguiendo”, apunta Almudena Negro.

Ante esta situación, y aunque Twitter sea una herramienta muy útil para el informador a la hora de lograr más difusión de sus noticias, acceder a fuentes y tener contacto con la audiencia, la sensación de que “todo vale” en ella les lleva a plantearse claudicar. “A mí se me está expulsando de esta red social. Si no fuera porque todavía trae algo de audiencia para *ELDiario.es*, ya la habría abandonado totalmente, puesto que cada vez genera menos interés y más ladrido”, afirma Ignacio Escolar. ■