

## **Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay**

Interactivity on Twitter and its dilemmas in communication students from Cuenca and Azuay

Víctor Hugo Guillermo Ríos<sup>1\*</sup> <https://orcid.org/0009-0001-7974-527X>

<sup>1</sup> Universidad de Cuenca y Universidad del Azuay, Ecuador

\* [victor.guillermo@ucuenca.edu.ec](mailto:victor.guillermo@ucuenca.edu.ec)

### **RESUMEN**

El uso de las redes sociales permite un alto nivel de conectividad entre sus usuarios, a la vez que representan un canal de comunicación basado en la inmediatez y la libertad de expresión, especialmente de los jóvenes, por lo que la presente investigación se inserta dentro de las necesidades de reflexión y análisis, en el campo de la ciencia, tecnología, innovación y sociedad. El objetivo planteado es fundamentar el papel de la tecnología en el estudio de la interactividad en la red social Twitter y los dilemas sociales que se presentan ante los estudiantes de la carrera de comunicación de las universidades de Cuenca y de la Universidad del Azuay. Es un estudio de enfoque mixto, se aplicó el análisis de contenidos mediante la revisión de fuentes bibliográficas, se cuantificó el uso de Twitter y se utilizó la técnica de grupos focales. Entre los principales resultados se tuvo que los estudiantes de Comunicación Social utilizan Twitter para interactuar mediante publicaciones, retuits y recursos multimedia. Existen diversos dilemas a los que se exponen los usuarios, destacándose la decisión entre hacer una publicación para generar interacción y exponerse a recibir críticas. Se concluye que el uso de Twitter por los

**Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay**

jóvenes estudiantes de comunicación social de las universidades de Cuenca y Azuay representa una herramienta positiva para la interacción, sin embargo, también existen riesgos que pueden incluso afectar las emociones.

**Palabras clave:** jóvenes; dilemas; twitter; redes sociales; interactividad.

**ABSTRACT**

The use of social networks encourages a high level of connectivity among its users while they also represent a communication channel based on immediacy and freedom of expression, especially in young people. Therefore, this research fits within the needs for reflection and analysis in the field of science, technology, innovation and society. The proposed objective of this research is to establish the role of technology in the study of interactivity in the social network Twitter and the social dilemmas that arise in the students majoring in communication at the University of Cuenca and the University of Azuay. It is a mixed method study which has applied content analysis by reviewing bibliographic sources. Also, the use of Twitter was quantified. Finally, a focus group technique was used. The main results shows that Social Communication students use Twitter to interact through posts, retweets and multimedia resources. Additionally, the users have to face several dilemmas, accentuating the decision they have to make between posting to generate interaction and taking the risk of receiving criticism. It can be concluded that the use of Twitter by young students majoring in social communication at the University of Cuenca and the University of Azuay represents a positive tool for interaction; however, there are also risks that can even affect their feelings.

**Keywords:** young people; dilemmas; twitter; social networks; interactivity.

Recibido: 12/03/2022

Aceptado: 14/06/2023

## Introducción

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) son uno de los fenómenos culturales más importantes que se han desarrollado y, a su vez, revolucionado a la comunicación, con impacto social, institucional y privado. La creciente adopción de las TICs nos hace reflexionar sobre la importancia de observar las formas en que se insertan en la cultura y la educación, como fundamento básico de una sociedad donde la vida cotidiana de actores e instituciones ha comenzado a manifestarse en nuevas narrativas comunicacionales, a través de la interacción; pero también, nos invita a conocer los problemas y dilemas que impactan a los jóvenes.

Tanto la ciencia como la tecnología se han convertido en fuerzas productivas directas en la sociedad moderna, afectando no solo el componente material sino también al espiritual de la fuerza de trabajo, especialmente la población joven. Los desarrollos científicos y tecnológicos impactan sustancialmente a las actividades humanas, por lo que se encuentran entre los factores más influyentes en la sociedad en la actualidad. Por otro lado, la naturalización de las tecnologías por los jóvenes, quienes son grandes consumidores de las TICs, se deriva de la provisión de necesidades de entretenimiento y consumo social a largo plazo, más que de políticas educativas y laborales que se adaptan a ellas.

En Ecuador, como en otras sociedades, las tecnologías inteligentes se están multiplicando, ya sea en juegos, conversaciones o interacciones en las redes sociales, conllevando a un mayor consumo de tecnología, particularmente de aquellas en que la respuesta de interacción es inmediata, tal como lo es Twitter. Esta funciona como un microblogging muy versátil, especialmente para los comunicadores, así como también para los usuarios que buscan información al instante.

En este sentido, la presente investigación y propuesta nace con la idea de reflexionar acerca del uso de Twitter por los jóvenes estudiantes del área de comunicación social de dos universidades de la ciudad de Cuenca, Ecuador. Además, el estudio tributa a la tesis doctoral de Comunicación Social acerca del estudio de la interactividad en la red social Twitter, ya que contribuye con una visión actual de la caracterización de la interactividad, la presencia como comunicadores y los dilemas que se enfrentan los jóvenes con el uso de las redes sociales para, con ello, comprender el impacto social y el potencial que tienen éstas en la vida cotidiana de los estudiantes.

**Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay**

Se trata de un tema que ha ocupado un lugar destacado en el ámbito académico internacional en los últimos años. Se puede decir que en otros países es aún más desarrollado su uso y la importancia que se le da a este medio como algo emergente para las investigaciones y, con un mayor énfasis, en la esfera universitaria, lo que permitirá una mejor comprensión de un fenómeno que cambia y se hace complejo al ritmo del crecimiento exponencial de los avances tecnológicos.

Uno de los aspectos y problemas para comprender la magnitud de la influencia que tienen las TICs en la actualidad es, quizás, el mayor desafío que enfrenta la sociedad de la información lo que impulsa a las universidades e instituciones educativas a investigar y desarrollar programas y proyectos que promuevan una comprensión del análisis crítico, referido al cómo hacer mejor uso de las nuevas tecnologías que nos rodean en beneficio de una sociedad responsable, con valores morales, éticos y humanos.

## **Métodos**

Este análisis se basó en las siguientes características: (i) construcción de contenidos noticias y opinión (sociales, políticas, deportivas, cultura); (ii) recursos y herramientas multimedia; (iii) interacción propia o de redistribución. Participaron un total de 10 estudiantes a lo largo de 10 semanas de seguimiento; de estos, solo 2 estudiantes superaron la barrera de los 2.000 tuits hasta el día que realizamos este seguimiento (4 de junio de 2020).

## **Aspectos teóricos acerca de las tecnologías**

La tecnología puede definirse como el conjunto de conocimientos y técnicas que son aplicados de manera lógica y ordenada, que permite a las personas modificar entornos físicos o virtuales para satisfacer sus necesidades; es decir, es un proceso de combinación de pensamiento y acción para crear soluciones. Satisface el deseo y la voluntad de las personas de transformar su entorno, el mundo que les rodea, de encontrar nuevas y mejores formas de cumplir sus deseos (Arteaga-Paz y Basurto-Vera, 2017).

La tecnología está en constante desarrollo y con su crecimiento exponencial, desde los primeros artefactos creados por el ser humano con piedras, huesos, conchas y trozos de

madera, hasta los medios de transporte espaciales, sistemas de comunicaciones y demás avances que se siguen desarrollando en la actualidad, que incluye el desarrollo de la inteligencia artificial (Chen y Ke, 2023; Gopal et al., 2008; Joaquim, 2017).

### **Las nuevas tecnologías**

Las nuevas tecnologías se relacionan con el progreso de la conectividad a través de Internet, estableciendo lazos de comunicación incluso entre personas desconocidas mediante las TICs. Sin embargo, no existe una definición unificada de lo que son las TICs. Cobo Romaní (2011), sostiene que estas están cada vez más presentes en la práctica cotidiana, debido a la masificación de los dispositivos inteligentes, así como por su menor costo, mayor accesibilidad y mayor capacidad; pero, es claro que a unos 40 años del advenimiento de la computadora personal, el término "nuevo" es algo confuso o por lo menos impreciso, ya que la novedad de las TICs dependerá del contexto de análisis.

Para Julien y Barker (2009), la TIC se compone de “cualquier herramienta computacional que las personas utilizan para trabajar con información, apoyar información y procesar necesidades de información” (p. 27). Los autores explican que las TICs permiten la comunicación y colaboración tanto interpersonal (persona a persona) como omnidireccional (uno a muchos o muchos) y juega un papel importante en la creación, generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento. Se considera también que está presente la interacción, por el hecho de intercambiar información o comunicación con otras personas u organizaciones; en otras palabras, la acción que se ejerce recíprocamente.

En consecuencia, esta nueva forma de tratamiento de la información consigue combinar las tecnologías de la comunicación representadas por la radio el teléfono y la televisión y las tecnologías de la información que se centran en la digitalización de contenidos que son publicados por los usuarios; es decir, se obtiene una suma, que se traduce en un mayor acceso a la información y comunicación directa, permitiendo que las personas interactúen a través de plataformas que lo permiten, sin importar la distancia, ya sea escuchando o viendo situaciones que suceden en otro lugar, al igual que para poder trabajar o realizar actividades de forma virtual.

Así, como parte de las nuevas tecnologías ha surgido el término ‘sociedad del conocimiento’, utilizado como sinónimo de ‘sociedad de la información’ pero no son

**Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay**

exactamente lo mismo. La sociedad del conocimiento es un término amplio que se refiere a la creciente importancia de la ciencia y la tecnología para la creación de riqueza y el desarrollo económico; las nuevas tecnologías de la información y la comunicación ayudan a establecer relaciones y desarrollar actividades. Si bien el conocimiento tiene especial relevancia no es un concepto nuevo, ha estado presente en el discurso tradicional de los grandes filósofos desde Sócrates hasta sus contemporáneos (Pérez Zúñiga et al., 2018). Hoy la reflexión sobre el conocimiento su valor estratégico y su aplicación es abordada por teóricos de distintas disciplinas y campos de la actividad humana.

Según Moreira (2003), la sociedad está constituida por un grupo de seres humanos que se unen e interrelacionan mediante factores morales, espirituales, culturales, éticos y materiales que buscan la satisfacción conjunta de sus necesidades, con el fin de obtener beneficios; se considera, por lo tanto, que la sociedad es una construcción humana por su naturaleza propia. Más allá, en la actualidad, la juventud conforma «tribus» a través de las comunidades digitales o virtuales, poniendo de manifiesto sus sensibilidades pasando de lo moderno a los posmoderno (Barbero, 2002). En opinión de González Martín et al. (2014), estos cambios que experimenta la sociedad son el reflejo de un incremento sustancial de la interdependencia, aunque este es un aspecto en el que se debe profundizar aún más.

En la esfera del desarrollo social del ser humano, los términos relacionados con la comunicación, el conocimiento y la información se han vuelto obligatorios en la actualidad, especialmente para los investigadores, pues se considera la base y el lazo de la construcción de la sociedad (Zapata López, 2003). Otro pensamiento y pregunta como lo dijo, Duharte (2006) en su momento, es el estudio de las relaciones, ciencia tecnología y poder, con todas las consecuencias y sus dilemas en esta época de la globalización. Es por ello que, se considera que la sociedad ha presentado un cambio cualitativo importante debido a las nuevas tecnologías, que han permitido una mayor globalización, al reducirse las barreras representadas por las fronteras físicas o territoriales después de la masificación de la interconectividad a través del Internet y, más ahora, con la Web 2.0 (Alhassan, 2017; Gamji et al., 2021). Ramonet (1998), señala que, desde el nacimiento del Internet, éste se ha perfilado como una herramienta destinada a desarrollar una transformación radical de las relaciones en la sociedad, lo que incluye hábitos como también la forma en que los individuos se expresan y encuentran y se identifican con comunidades.

Con base en ello, es necesario destacar que los jóvenes son quienes sacan mayor provecho en cuanto a la adquisición de las herramientas que aportan las TICs y han aprendido a convivir dentro de la sociedad de la información. Sin embargo, el camino por el que se dirigen dentro de esta sociedad se encuentra tergiversado, ya que ésta, denominada también la sociedad del conocimiento, se ve abarrotada por un sinnúmero de información y datos que se difunden y comparten, pero que se puede ver afectada por la calidad de estos.

### **Los jóvenes y las redes sociales**

Las redes sociales digitales, son un fenómeno que durante los últimos años ha tomado fuerza debido a la gran variedad de servicios que ofrece, atrayendo cada vez más usuarios alrededor del mundo; por lo general, debido a su capacidad de servir como medio para la comunicación entre las personas se denominan «redes sociales». La finalidad principal de los sitios de redes sociales se centra en la posibilidad de crear un perfil «visible» para las demás personas, lo que facilita el contacto con otros usuarios, esta actividad permite interactuar con una amplia diversidad de personas y grupos en múltiples ubicaciones geográficas sin importar la distancia (Ávila-Toscano, 2012).

Cuando se habla de redes sociales, quizá la que más se destaca es que estas son sitios de internet que están formados por comunidades de personas o individuos con intereses o actividades en común, cuyo fin es la creación de comunidades en línea mediante conexiones personales; en estos servicios se puede compartir información mediante mensajería personal, microblogging, publicación de fotografías, formación de grupos de interés, etc. Las redes sociales son la herramienta de comunicación en línea que permite a los usuarios crear un servicio público o semipúblico, pues se muestran perfiles que permiten conocer e interactuar con otras personas (Subrahmanyam et al., 2008).

Vale la pena realizar una categorización acerca del acceso generacional de las TICs que Hernández (2018) menciona, entre otras, la Generación Z, que la autora la define como aquellos de hasta 21 años de edad con un uso del teléfono móvil que alcanza el 96%; mientras que, por otra parte están los *millennials* que tienen de 21 a 30 años y que son considerados como nativos digitales con un poder adquisitivo propio.

Los jóvenes consideran a la red como un importante medio de comunicación, pero únicamente para hacerlo con sus amigos y amigas o con personas de su entorno a través

### Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay

de juegos en línea y conversaciones de chat, muy poco para informarse. Un uso secundario que hacen los jóvenes desde mi experiencia como docente, es sacar apuntes, escribir trabajos y buscar información. Dentro de nuestro contexto se podría evidenciar que las prioridades de los jóvenes están siendo definidas de una forma no adecuada.

La sociedad digital ha modificado definitivamente la manera en la que nos comunicamos, como subraya Scolari (2020) en su ensayo de la cultura snack; destaca que, una de las características de la nueva ecología mediática es la multiplicación de actores, textos, tecnologías, prácticas, y de las relaciones que mantienen entre sí, hablando de la sociedad gaseosa y la irrupción de nuevas aplicaciones que aparecen en las redes sociales, como clips de video, tuits, memes y cápsulas informativas, entre otros.

Esto ha dado paso a una transformación de la sociedad, como se mencionó anteriormente. En lo que Ignacio Ramonet infiere que, los integrantes de la sociedad han pasado de ser simplemente espectadores a representar actores principales ya que, como lo indica en su trabajo, “las redes sociales y en su uso inteligente es donde se está produciendo ‘la batalla’ con los poderes” (CIESPAL, 2019, en línea). Con esto las redes sociales han visibilizado la existencia de una nueva esfera pública, en donde el acceso es más amplio, cualquiera con acceso a internet puede participar de cualquier tema, en tiempo real y desde cualquier parte del mundo.

En los últimos años, el aumento de usuarios en las redes ha sido principalmente por la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación. Si bien dichas redes se empezaron a utilizar con la finalidad de relacionar a los sujetos para dar a conocer cuestiones personales, pero hoy en día se les ha identificado con un gran potencial para generar diversos procesos en el ámbito académico.

Según explican Díaz y Borrero (2011), al hablar de la modificación tecnológica de los seres humanos, indica que para muchas personas, las computadoras se han convertido en símbolos de poder, inteligencia y progreso. Se indica que las Tics aumentan significativamente la calidad de la enseñanza y el aprendizaje. Sin embargo, es necesario identificar y establecer bases pedagógicas capaces de detectar y evaluar el enorme potencial que ofrece el nuevo modelo de la educación virtual y para advertir o prevenir de los peligros del uso de máquinas de forma arbitraria y hasta discriminado. Los autores añaden que, las TICs están modificando ostensiblemente la escala de valores de las personas, su estilo de vida y los modos de ver e interpretar el mundo, la cultura de las



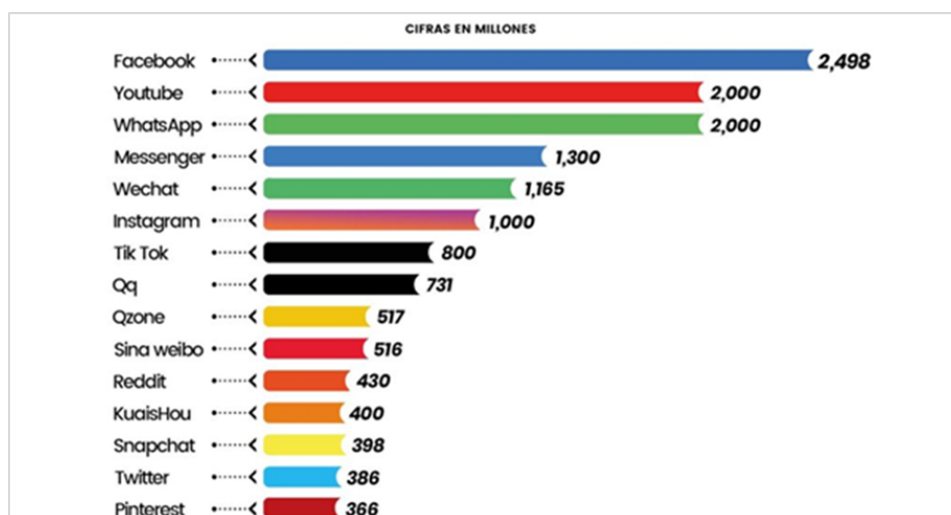
**Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay**

comunicaciones, la educación, la tipificación de los delitos, el diagnóstico médico, la temporalidad de los negocios, las transacciones y las instituciones sociales.

La inclusión de las nuevas tecnologías ha transformado de manera significativa las dinámicas sociales y el alcance individual de las personas. El acceso a internet refleja un fenómeno de tendencia siempre ascendente y, con ello, los beneficios que la revolución tecnológica presume en cuanto al crecimiento económico y la innovación asociados con la economía digital (Luque González y Galora de Mora, 2020).

El uso de las redes sociales ha ido en crecimiento y con un alto nivel de penetración en todos los estratos sociales y grupos de edad. Autores como Ureña et al. (2011), que hacen su análisis de las redes sociales en internet dentro del equipo de estudios del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) en España, indican que hay dos características de las redes sociales digitales: verticales, son aquellas cuyo objetivo se concreta en establecer conversaciones en torno a un interés concreto y común a todos sus usuarios (algunas son: Flickr, Meetic o Yelp); horizontales, o también llamadas generalistas, en las que se reúnen usuarios que tienen múltiples intereses y el objetivo de entablar conversaciones de carácter general, sin centrarse en ningún tema en particular (algunas son: Facebook, Instagram o Twitter).

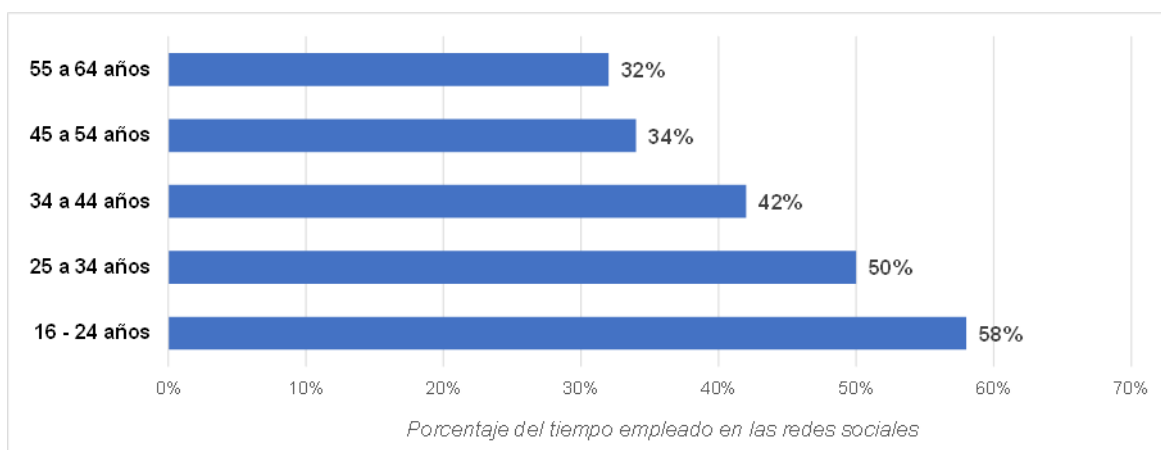
A continuación, se muestra una estadística de las redes sociales más utilizadas en el mundo medido en millones de usuarios:



Fuente: Global Statshot (Kemp, 2020)

**Figura 1.** Redes sociales más utilizadas en el mundo, 2020.

Los resultados mostrados en la figura 1, confirman el crecimiento e importancia de las redes sociales en la actualidad, destacándose Facebook, YouTube y WhatsApp por sus características y versatilidad. Asimismo, se presenta a continuación la distribución por grupos de edad en el mismo estudio realizado en 2020, en donde se observa que el mayor uso fue por los jóvenes, sin embargo un tercio de los usuarios de entre 45 y 65 años también manifestaron que pasan más tiempo en las redes sociales.



Fuente: Global Statshot (Kemp, 2020)

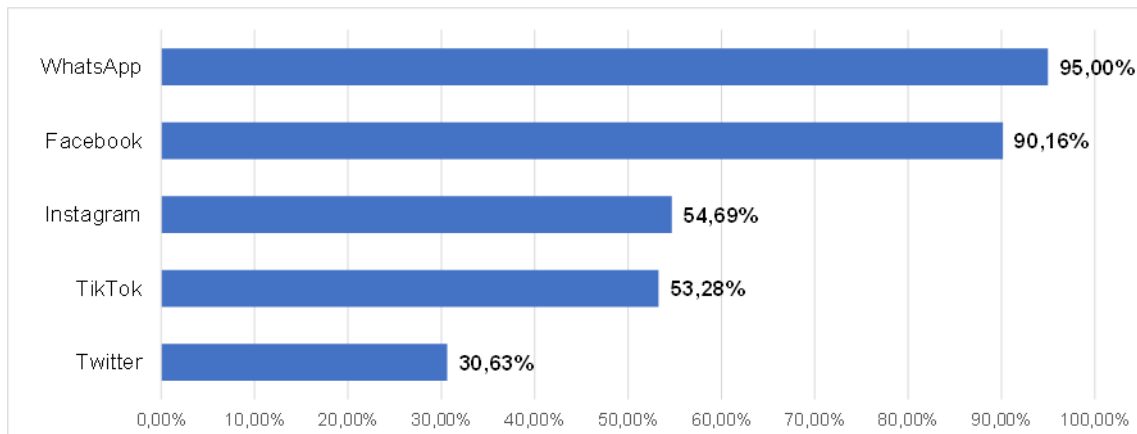
**Figura 2.** Porcentaje del tiempo empleado en las redes sociales

### **La tecnología y la sociedad ecuatoriana**

En Ecuador, 70,7% de la población de 15 años o más utiliza internet, aunque el 10,2% de personas entre 15 y 49 años son consideradas como analfabetas digitales. Un dato importante es que, nueve de cada diez hogares ecuatorianos poseen al menos un teléfono celular; los hogares con acceso a internet se incrementaron en un 7,7% desde el año 2019, pues en el 2020 llegó 53,2%, al igual que el uso de computadoras el cual ascendió hasta el 52% de la población de más de cinco años, aspecto que representa un 13,3% más que en 2019. Cabe indicar que, 7,9 millones de usuarios poseen una cuenta en las diferentes redes sociales; el 44,6% utiliza redes sociales desde su teléfono inteligente, el promedio de uso de estas en mayores de 12 años es de 7,22 horas al día (INEC, 2021). A

**Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay**

continuación, se muestra el uso de las redes sociales en las dos principales ciudades del país:



Fuente: Click Report (2022)

**Figura 3.** Uso de redes sociales en Quito y Guayaquil, Ecuador 2022.

Según la empresa Click Report, hasta agosto de 2022 en Ecuador las redes sociales más utilizadas están encabezadas por WhatsApp con el 95%, Facebook con 90,16%, Instagram con el 54,69%, TikTok con 53,28 y Twitter con el 30,63% (CLICK, 2022).

### **La interactividad y la interacción**

La interactividad o interacción indica reciprocidad, un intercambio de información entre personas o entidades a través de un proceso comunicativo; ahora los medios de comunicación se dicen están en modo interactivo, por estar en la red. Como manifiesta Sádaba (2000), si cualquier intento de estudiar el significado de un término comienza por detenerse en el análisis del término «interactivo», “es obligada la referencia a las tecnologías de la información y de la comunicación, debido al vínculo que existe entre la utilización creciente del término y los avances en este campo de la ciencia” (p.174). Rost (2006), dice que es “una evolución continua de los medios hacia un mayor grado de interactividad” (p.171).

Hay un uso indiscriminado del término interactivo y al parecer se lo justifica diciendo que continuamente aparecen en el mercado tecnologías con la calificación de interactivas: cable interactivo, televisión interactiva, radio interactiva, redes interactivas, etc. El autor Jensen (1998, citado por Rost, 2006) destaca que dentro del concepto informático se

considera “básicamente la relación de los individuos con la máquina, en inglés *human-compute interaction*” (p. 176).

En los intentos por fijar un significado para el término interactivo se perfilan dos tendencias: una más propiamente tecnológica y otra que se centra en el valor comunicativo de la interactividad. Con esta misma idea Kretz (1983) distinguía entre interactividad del software e interactividad humana de los servicios de telecomunicación interpersonales, lo que supone abrir un posible camino para la coexistencia de un significado más puramente tecnológico del término, con otro más amplio e independiente en cierto modo de la tecnología. Por su parte, Sádaba (2000), manifiesta que la interactividad está asociada en primer lugar a las telecomunicaciones, informática y medios de comunicación.

Según Scolari (2008), la interactividad se produce cuando en las comunicaciones sujeto-sujeto y en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico se desarrolla la interfaz, que se podría definir como el lugar de la interacción. Vigotsky (1979) señala que las personas desarrollan formas de interpretar y estrategias para relacionarse con su mundo que está estrechamente vinculadas con el tipo de interacciones que pueden establecer con las herramientas y sistemas de signos externos (códigos de comunicación que emplean signos externos con significados).

Por tanto, si los productos multimedia utilizan nuevos códigos simbólicos (elementos con nuevos significados: hipertextos, símbolos, enlaces, etc.) y nuevas estructuras sintácticas (estructuras no lineales, estructuras indexadas, etc.), entonces se buscarán nuevas estrategias de interpretación, desarrollando mensajes que se transmiten y se relacionan con ellos para que se pueda corregir el cambio en su capacidad cognitiva o de aprendizaje.

### **La interactividad de contenidos**

La interactividad de contenidos merece un análisis y fundamentación importante, debido a que es uno de los temas centrales propuestos en este trabajo. Los contenidos pudieran referirse a la capacidad del medio de crearlos para responder a los requerimientos de sus usuarios y ofrecer un menú de información organizada para que el lector pueda elegir o, para decirlo desde el lado del receptor, determinar en qué medida puede éste elegir el ritmo y la secuencia de la comunicación. De esta forma, el lector construye su propia ruta de uso de los contenidos, arma su propia linealidad en la exposición al medio. A este tipo

de interactividad con los contenidos, Rost (2004) la denomina «interactividad selectiva», en donde los medios abren esos espacios para que exista esa posibilidad de emitir opiniones e intercambios con otros individuos periodistas, personajes de la actualidad, otros lectores; no obstante, también definió la «interactividad comunicativa», la cual se refiere a la expresión individual entre personas, donde el emisor y el receptor pueden cambiar de roles.

### **La interactividad con contenidos en Twitter**

Se destaca que la interactividad en Twitter se centra en acciones que realizan los usuarios respecto a la publicación: tweets, retuits, respuestas, likes («me gusta»), guardar la publicación y compartir la publicación (Twitter, 2023). Un contenido que funciona en Twitter, es aquel que genera una reacción en los usuarios, es decir, que logra que estos se sientan motivados a compartirlo (retuit), hacer una mención o marcándolo como favorito.

Existen estudios de la interactividad en Twitter muy específicos y de acuerdo a sus necesidades de análisis; en su conjunto se ha tratado en lo posible de dar una explicación satisfactoria a ello. De acuerdo con Marta-Lazo et al. (2018), la interacción en Twitter constituye el pilar básico de la red social, por lo que es crucial la promoción de la interacción entre los usuarios a partir de los contenidos de las publicaciones (videos, imágenes o texto). Lee (2021), agrega que si bien Twitter representa una herramienta muy potente para transmitir contenidos, informarse y aprender, también se ha convertido en la red social con mayor nivel de toxicidad, dado que la inmediatez de los mensajes ha permitido una mayor interacción en la que se expresan malestares, resentimientos y hasta mensajes de odio.

## **Resultados**

### **I. Síntesis de los resultados de la interactividad en Twitter**

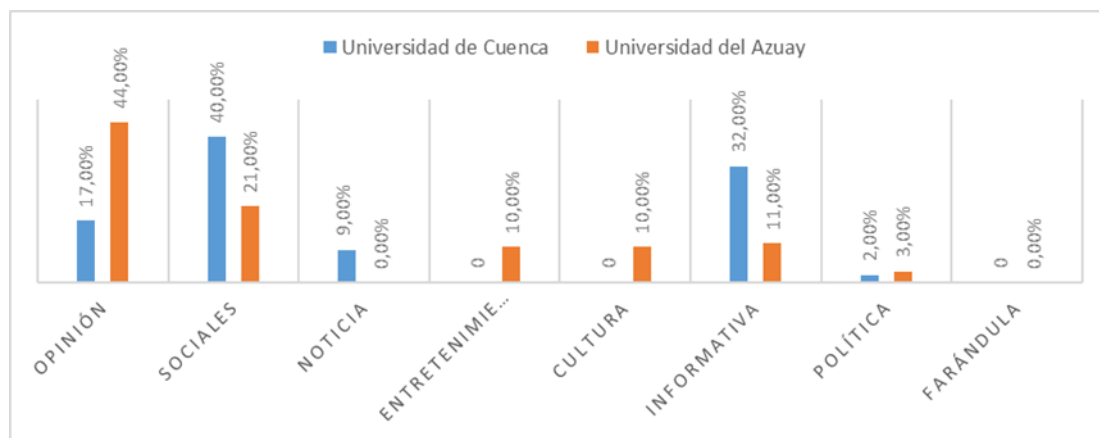
A continuación, se presenta una breve sistematización de los resultados del análisis de la interactividad en la red social digital Twitter de los jóvenes de dos universidades de Cuenca, Ecuador.

A los estudiantes les gusta participar más en los temas de opinión relacionados con sus comunidades y, por el contrario, muy poco respecto a política general, cultura o farándula. Sobre el uso de videos y sus respectivos contenidos, es muy pequeño el porcentaje, ya

**Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay**

que la mayoría refiere que no saben editar en este formato y que, por ende, no le daban la importancia del caso; otros, en cambio, indicaban que les llevaba mucho tiempo en la preparación para solo 15 o 20 segundos del material y opinaban que algunos videos eran tan mal elaborados y que no se los tomaban en cuenta en la comunidad. A continuación, se muestra un cuadro comparativo para observar de los tópicos analizados entre las universidades de Cuenca y Azuay.

Figura 1. Preferencia de temas en los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca y Universidad del Azuay, año 2019



Fuente: Elaboración propia

**Figura 4.** Preferencia de temas en los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca y Universidad del Azuay, año 2019

Se ha notado que existe una notable preferencia por el uso de emoticones, afirmándose que estos son parte de las nuevas formas de contenidos entre los jóvenes. Por otra parte, el uso de las imágenes –y multimedia en general– son utilizadas en casi el 60% de las publicaciones; al respecto, indicaron que se les hace mucho más fácil esta herramienta para producir interacción.

En cuanto a la redacción propia, creada o elaborada por ellos, el porcentaje es menor al número de contenidos que no son de su autoría; se basan más en lo que ya esté producido por otra persona de acuerdo con sus intereses. El grupo focal consideró que hace falta que en las aulas de las universidades se les prepare de mejor manera en esta área, con el fin de que sepan redactar de mejor manera pero que, también, es necesario que los propios alumnos tengan una visión más amplia de su entorno, que se empapen más de las

situaciones del mundo en general, aunque asimismo podría ser por desconocimiento o miedo a la opinión obtenida de lo que publiquen.

Los estudiantes prefieren la interacción a través de retuits, lo cual hacen con una frecuencia del 80%; refieren que la razón fundamental es que siguen las cuentas que ellos prefieren y que es más fácil esta acción porque comparten directamente los contenidos. El uso del hipertexto, también es la forma de interactuar y es realizado en un 44%; es decir, los enlaces que están expuestos en el tuit complementan la información publicada. En cuanto a la utilización de los hashtags se encontró que apenas tiene un 25% de relevancia para los estudiantes universitarios; por lo general, colocaban hashtags a los temas del momento en que se tuiteaba. La opinión general del grupo reconoce la amplia existencia de las *Fake News* o noticias falsas, como un mal inherente a las redes sociales; son causantes de desconfianza y separación de las opiniones, creando conflictos a favor de determinados grupos de interés.

De acuerdo con Guzmán et al. (2013), los usuarios de Twitter compiten por ser escuchados y seguidos, por lo que se valen de todos los recursos que la herramienta ofrece para posicionarse, lo que de alguna manera establece la marca personal del usuario y su perfil. El retuit se ha percibido como una estrategia de participación pasiva, en la que el usuario muestra tácitamente su acuerdo con la publicación, la cual quiere hacer llegar también a sus seguidores.

## **II. Dilemas sociales de la red Twitter**

Uno de los principales dilemas a los que se enfrentan los usuarios jóvenes es la decisión de publicar un contenido, con lo que pueden obtener interacciones o exponerse a la crítica.

Las redes sociales son un aspecto de la vida moderna. Es raro en estos días encontrar a alguien que no tenga un perfil en, al menos, una de las plataformas más populares, las cuales son parte esencial de la vida social de un gran número de personas en casi todo el mundo.

Una de las razones fundamentales del rápido crecimiento del uso de las redes sociales es, sin duda, que contribuye sustancialmente en nuestra capacidad para conectarnos con personas de todo el mundo y las puertas que abren a otras realidades a través de la exposición y el marketing, por citar las más relevantes.

**Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay**

Sin embargo, un número creciente de expertos expresa su preocupación por las posibles consecuencias negativas del uso indiscriminado de estas plataformas. Psicólogos, clínicos, educadores y sociólogos se apresuran a investigar los efectos secundarios de estas redes. No obstante, a pesar de que puede tener aspectos, tanto positivos como negativos, lo cierto es que muchas personas –especialmente entre las generaciones más jóvenes– ya no pueden entender el mundo sin usar las redes sociales.

Para los jóvenes las redes sociales son simplemente un canal que les permite relacionarse con personas que quizá en la vida real no hubiera sido posible, pues ese ya es un dilema. Por ejemplo, en el caso de jóvenes tímidos o extrovertidos quienes tienen una personalidad muy vulnerable frente a otras personas, tienen la oportunidad de entablar relaciones sociales, de ser aceptados o valorados de forma igualitaria, se habla de una nueva identidad obtenida en las redes sociales la que permite a los jóvenes nativos digitales fortalecer esa confianza y autoestima.

Las redes sociales presentan ventajas y desventajas que inducen la existencia de los dilemas en la juventud usuaria de estas herramientas. En primera instancia se puede hacer referencia a la capacidad de conectividad, lo cual puede ser ventajoso para desarrollar relaciones personales o comerciales, mientras que también puede volverse adictivo y amenazar al uso del tiempo de los jóvenes. De acuerdo con Shakki et al. (2019), se han confirmado efectos adversos por el uso de las redes sociales, pues impacta negativamente en el uso del tiempo, desatención de tareas y pérdida de la concentración; sin embargo, se ha observado que reduce el ostracismo al promoverse la participación.

Otra ventaja es que los usuarios pueden publicar opiniones alternativas, pues este constituye uno de los mayores atractivos de las redes sociales; prácticamente, cualquier persona puede publicar sus ideas y llamar la atención, incluso hasta alcanzar un número de seguidores sobre los cuales impactan, pudiendo convertirse en «influencer». Sin embargo, la otra cara de la moneda es que esto puede causar un gran impacto en las emociones; incluso en los casos en los que no se desarrolla una adicción severa a las redes sociales, numerosos estudios muestran que el uso continuado de estas plataformas puede tener una serie de consecuencias perturbadoras en la psique. Twitter permite conocer gente con intereses similares, aunque es posible que este tipo de relaciones no sean una alternativa 100% efectiva a las amistades que se forjan en persona, pero pueden ser increíblemente gratificantes. Sin embargo, se puede conseguir el efecto contrario, pues



habrá personas que hablen en contra de las opiniones propias y adopten actitudes dañinas; el agravio que alguien puede hacer en este tipo de plataformas es variado, desde ser una simple vergüenza hasta promover ideas o puntos de vista muy peligrosos.

Según Rivera et al. (2021), centrándose en las emociones negativas, específicamente el miedo y la ira, algunos estudios han destacado el impacto diverso que ambos tendrían en el comportamiento de los usuarios de las redes sociales, impactando en el estado de ánimo de los usuarios afectados. Por otro lado, también se presentan las emociones positivas, como el orgullo y el entusiasmo, que han sido dos de las emociones más observadas y que se destacan como activadores emocionales de acción y construcción política. Catalina-García y Suárez-Álvarez (2022), refieren que muchas conversaciones en Twitter se caracterizan por una alta polarización de opiniones y posturas, observándose que la principal tendencia es hacia la publicación de mensajes negativos, aunque después aparezcan en mayor número los positivos.

Las redes sociales, incluyendo a Twitter, brinda infinitas oportunidades de trabajo o de desarrollar negocios para ganar dinero, lo que es aprovechado por empresas de cualquier tamaño y, también, por las personas; muchas grandes empresas casi han abandonado la publicidad tradicional en radio y televisión para centrarse en el uso de estas plataformas para conseguir nuevos clientes. Por el contrario, la exposición en estas redes puede contribuir al *phishing* y robo de datos, lo que representa un riesgo alto para la seguridad personal mediante el robo de identidad, la copia de tarjetas de crédito, la venta de productos defectuosos y otros tipos de fraude.

Al respecto, Efe y Suliman (2021) indican que las redes sociales brindan beneficios a sus usuarios al tiempo que exponen diferentes niveles de riesgos; sin embargo, han pasado recientemente por graves amenazas a su seguridad. De acuerdo con Mansoori et al. (2020), la suplantación de identidad se ha convertido en uno de los mayores riesgos del uso de datos personales en las redes sociales y páginas web que solicitan información, incluso bancaria, mediante el *phishing*; se destaca el engaño por parte de usuarios no reales que pueden ofrecer oportunidades de negocios para estafar.

Las redes sociales son una gran fuente de entretenimiento a los cuales se accede de forma libre; por ejemplo, YouTube tiene más suscriptores y visualizaciones que cualquier canal de televisión en la actualidad; esta situación es similar en otras áreas como en los videojuegos, la fotografía y la música, que se encuentran en diferentes plataformas

creadas para ello. Como desventaja se puede considerar la presencia de censura en diferentes grados; fue notable que en Twitter se censurara la cuenta del expresidente Donald Trump, por ejemplo, por supuesta incitación al odio. Hoy en día, muchas plataformas controlan gran parte de la opinión pública y la información a la que puede acceder la mayoría de los ciudadanos.

Según Morejón-Llamas et al. (2022), debido al volumen de usuarios y las consecuentes publicaciones, las noticias falsas, las publicaciones engañosas y aquellas que incitan al odio constituyen el foco de la censura en Twitter ya que causan desinformación; no obstante, muchas veces son factores difíciles de controlar. Esto ocurre generalmente en situaciones de confrontación política o, como ocurre recientemente, en el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, donde es necesario cuidar de la presencia de desinformación en las redes sociales que puedan desencadenar en un conflicto mayor que incluya a otros países.

Para muchas personas, si algo no aparece en Google o no se puede encontrar la publicación en YouTube, Facebook o Twitter no existe. Esto no es malo en principio, pero les da a estas empresas un poder increíble sobre el tipo de creencias que desarrolla la gente. Si las redes sociales deciden empezar a cerrar los perfiles de personas cuyos mensajes no les interesan, será difícil que no desaparezcan por completo tales patrones de pensamiento en muy poco tiempo, pues, en los últimos años, ha habido cada vez más casos de eliminación total de perfiles en sitios de redes sociales debido a opiniones controvertidas.

Twitter ofrece a los jóvenes universitarios un espacio para expresarse libremente. Así se ha podido notar como cuando se expresan a la hora de hablar de diferentes temas en la universidad, ya que ellos dicen lograr una comunicación libre, probando nuevas conductas y hasta casi sin límites de acción y reacción en la sociedad digital, buscando así la visibilidad con sus amigos virtuales, permitiéndoles romper la barrera de la timidez y el paradigma de la comunicación social, pues éste considero que es otro de los dilemas en los jóvenes.

## **Conclusiones**

Twitter es una red social de microblogging que permite a los estudiantes de Comunicación Social realizar y compartir publicaciones para generar interacción, utilizando recursos de la herramienta para obtener mayores niveles de interacción, destacándose el retuit y la

**Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay**

multimedia. Es una red social caracterizada por la inmediatez y la publicación libre de contenidos, siempre y cuando no viole la normativa, lo cual puede conllevar a sanciones sobre el perfil del usuario.

La decisión de publicar un determinado contenido representa un dilema para los jóvenes universitarios de Comunicación Social, pues se enfrenta el deseo de obtener interacciones y participación respecto a la exposición personal a la crítica, ya que Twitter se ha convertido en una red de discusión basada en la inmediatez y se pueden conseguir interacciones negativas que pueden afectar el estado emocional de los usuarios.

Asimismo, los estudiantes afrontan diferentes ventajas y desventajas del uso de Twitter, ya que esta plataforma ofrece diferentes recursos que pueden impulsar el crecimiento intelectual, profesional y económico de sus usuarios, a través de publicaciones y enlaces de ciencia, arte, cultura y política, entre otros; sin embargo, se exponen también a diversos riesgos relacionados con el phishing, obtención de información falsa y afectación emocional por contenidos violentos.

Es necesario incluir en los programas universitarios de la carrera de Comunicación Social temáticas relacionadas con el uso y manejo de las redes sociales como medio periodístico, con el fin de potenciar la acción investigativa y periodística en la práctica profesional, así como también para proteger el estado mental de estos usuarios.

**Agradecimientos**

El autor desea agradecer a la doctora Mónica Lugones. A las universidades de Cuenca y del Azuay donde ha pasado la mayor parte de su vida. A la Universidad de la Habana y especialmente a la Facultad de Comunicación y los profesores que impartieron sus conocimientos y sus enseñanzas. A los compañeros del Doctorado en Ciencias de la Comunicación Social, al doctor Emilio Duharte y a todos los que han contribuido con la realización de este artículo.

## Referencias

- Alhassan, R. (2017). Exploring the Relationship between Web 2.0 Tools Self-Efficacy and Teachers' Use of These Tools in Their Teaching. *Journal of Education and Learning*, 6(4), 217-228. <https://doi.org/10.5539/jel.v6n4p217>
- Arteaga-Paz, L. G., y Basurto-Vera, P. R. (2017). Una aproximación teórico conceptual a la tecnología educativa. *Dominio de las Ciencias*, 3(mon.), 657-675. <https://doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.monol.ago>.
- Ávila-Toscano, J. H. (Ed.). (2012). *Redes sociales y análisis de redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual*. Corporación Universitaria Reformada.
- Barbero, J. M. (2002). Jóvenes: Comunicación e identidad. *evista PensarIberoamérica*, 0, 1-11.
- Catalina-García, B., y Suárez-Álvarez, R. (2022). Twitter interaction between audiences and influencers. Sentiment, polarity, and communicative behaviour analysis methodology. *Profesional de La Información*, 31(6), 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.18>
- Chen, C. T., y Ke, W.-C. (2023). The Main Impact and Response of Artificial Intelligence in Taiwanese Society. *Journal of Research in Social Science and Humanities*, 2(1), 13-24.
- CIESPAL. (2019). Los gobiernos progresistas tienen el desafío de dar la «batalla» en las redes sociales: Ignacio Ramonet. *El Telégrafo*, online. <https://cronicon.net/paginas/edicanter/Ediciones105/nota13.htm>
- CLICK. (2022). *Uso de Redes Sociales en Quito y Guayaquil*. Click Research. <https://storagecritérios.blob.core.windows.net/archivos/CLICK%20REPORT%20AGO%202022.pdf>
- Cobo Romani, J. C. (2011). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las tic en la sociedad del conocimiento. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 14(27), 295-318. <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer27-14-cobo.pdf>

Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay

Díaz, J., y Borrero, S. (2011). *¿Hacia dónde va la tecnología?* Editorial Científico-Técnica.

Duarte, Díaz Emilio (2006). *Filosofía y ciencias sobre la Política: Relaciones Interdisciplinarias. Vicisitudes Epistemológicas en el siglo XXI.*

Efe, A., y Suliman, H. (2021). How Privacy Is Threatened From Social Media Communication? *Anatolian Journal of Computer Sciences*, 6(1), 32-45. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1368043>

Gamji, M. B., Kara, N., Nasidi, Q. Y., y Abdul, A. I. (2021). The challenges of digital divide and the use of web 2.0 platforms as knowledge sharing tools among Nigerian academics. *Information Development*, 38(1). <https://doi.org/10.1177/0266666920981669>

García, J. A. T. (2008). *Filosofía y Ciencias Sociales. ESPAÑA: FILOSOFÍA Y CIENCIAS SOCIALES.*

González Martín, O. R., Saladrigas Medin, H., Almazán del Olmo, S., y Valdés-Dapena Vivanco, J. (2014). La Teoría Social de la Comunicación: Su pertinencia para estudiar la relación sistema político-sistema de comunicación pública en los EEUU. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 66-84. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1001>

Gopal, S., Tikhvinsky, S. L., Abu-Lughod, I. A., Weinberg, G., Thiam, I. D., y Tao, W. (2008). *History of humanity: Scientific and cultural development, v. VII: The Twentieth century: Vol. VII.* UNESCO.

Guzmán Duque, A. P., Del Moral Pérez, M. E., González Ladrón de Guevara, F., y Gil Gómez, H. (2013). Impacto de twitter en la comunicación y promoción institucional de las universidades. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 43, 139-153. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2013.i43.10>

INEC. (2021). *Tecnologías de la Información y Comunicación-TIC.* <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>

Joaquim, I. M. (2017). Theoretical Approach of Science, Technology and Innovation for Economic Growth in Mozambique. *Science Journal of Business and Management*, 5(3), 110-115. <https://doi.org/10.11648/j.sjbm.20170503.14f>

**Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay**

Julien, H., y Barker, S. (2009). How high-school students find and evaluate scientific information: A basis for information literacy skills development. *Library & Information Science Research*, 31(1), 12-17. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2008.10.008>

Kemp, S. (2020). *Digital 2020: April Global Statshot*. Datareportal & Hootsuite. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-april-global-statshot>

Kretz, F. (1983). Dialogue, service, interactivité et leurs composantes: Aspects de conception et d'évaluation. *Bulletin de l'Idate*, 11.

Lee, J. (2021). The Effects of Racial Hate Tweets on Perceived Political Polarization and the Roles of Negative Emotions and Individuation. *Asian Communication Research*, 18(2), 51-68. <https://doi.org/10.20879/acr.2021.18.2.51>

Luque González, A., y Galora de Mora, R. P. (2020). Impacto de la tecnología en la sociedad: El caso de Ecuador. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, VIII(2), 40-47. <https://doi.org/10.26423/rcpi.v7i2.299>

Mansoor, D., Alizai, A., y Hamidi, A. (2020). Phishing Detection Approach on Social Media Networks. *International Journal of Research and Scientific Innovation*, VII(II), 58-61. <https://www.rsisinternational.org/journals/ijrsi/digital-library/volume-7-issue-2/58-61.pdf>

Marta-Lazo, C., Valero-Errazu, D., y Gabelas Barroso, J. A. (2018). Use of Twitter in MOOCs: New ways of youth interaction and their influence on learning. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1333-1352. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1309en>

Moreira, M. E. (2003). *¿Qué es la sociedad?* Biblioteca Virtual Universal.

Morejón-Llamas, N., Martín-Ramallal, P., y Micaletto-Belda, J. P. (2022). Twitter content curation as an antidote to hybrid warfare during Russia's invasion of Ukraine. *Profesional de La Información*, 31(3), 1-17. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.08>

Pérez Zúñiga, R., Mercado Lozano, P., Martínez García, M., Mena Hernández, E., y Partida Ibarra, J. Á. (2018). La sociedad del conocimiento y la sociedad de la información como la piedra angular en la innovación tecnológica educativa. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 1-24. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.371>

**Interactividad en Twitter y sus dilemas en estudiantes de comunicación de Cuenca y Azuay**

Ramonet, I. (1998). *Internet, el mundo que llega: Los nuevos caminos de la comunicación*. Alianza.

Rivera Otero, J. M., Lagares Diez, N., Pereira López, M., y Jaráiz Gulías, E. (2021). Relationship between various uses of social networks, Twitter and Facebook, emotions and voting in Spain. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 73-98. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1518>

Rost, A. (2004). Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de Interactividad? *GT 18 - Internet y sociedad de la información*, 1-16.

Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital* [Tesis Doctoral]. Universitat Autònoma de Barcelona.

Sádaba Chalezquer, M. R. (2000). Interactividad y comunidades virtuales en el entorno de la world wide web. *Comunicación y Sociedad*, XIII(1), 139-166.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.

Scolari, C. (2020). *Cultura snack*. La Marca.

Shakki, F., Nia, A. E., y Bai, N. (2019). Negative Consequences of Using Social Networks at the Workplace from the Point of View of the Sports and Youth Departments Staff. *Ann Appl Sport Sci*, 7(3), 1-10. <https://doi.org/10.29252/aassjournal.735>

Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., y Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 420-433. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.003>

Twitter. (2023). Información sobre tu panel de actividades. *Twitter, Centro de Ayuda*. <https://help.twitter.com/es/managing-your-account/using-the-tweet-activity-dashboard>

Vygotski, L. S. (1979). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Grijalbo.

Zapata López, F. (2003). Sociedad del Conocimiento y Nuevas Tecnologías. *Sala de lectura CTS+I*, 21, 1-21. <http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/zapata.pdf>

**Conflicto de interés**

El autor no declara conflicto de intereses.