

# Venezuela no es Twitter

---

Por Ali Hermes Gómez

En la contienda electoral 2013 en Venezuela, algunos comunicadores han utilizado las métricas generadas por Twitter para mostrar la influencia de los dos polos.

Twitter y Facebook fueron y siguen siendo las redes sociales más usadas para seguir y emitir opiniones respecto a las elecciones presidenciales de Venezuela el 14 de Abril 2013, referidas en Twitter con el hashtag #14A.

Aunque analizar las métricas de las Redes Sociales nos ayuda a entender un poco lo que está sucediendo en Venezuela en torno a las elecciones, hay que tener en cuenta una gran verdad: no se puede afirmar que lo plasmado en las Redes Sociales representa la realidad venezolana. De ahí que la frase, después de anunciarse los resultados el 14 de Abril, en horas de la noche, se escuchó mucho la frase «Venezuela no es Twitter».

Sin duda las Redes Sociales nos permiten tener una idea de la influencia e impacto que tienen los candidatos en Internet. Podemos decir quién «ganó» o tuvo más impacto en cada métrica dentro de las Redes Sociales, sin temor a equivocarnos porque son mediciones exactas, pero antes de ver las métricas es útil saber que de una población de casi 29 millones de personas, solo cerca del 41% tiene acceso a Internet. Es decir, casi 12 millones de personas. El 33% de la población usa Facebook constantemente y un poco menos, el 12%, usa Twitter. Los usuarios de las Redes Sociales de Venezuela no son equivalentes a la población votante de Venezuela, ni en cantidad ni en otros factores importantes como rango etario y el nivel socio-económico.

Recientemente, SAP (empresa relacionada con servicios de software y tecnología) publicó el reporte *SAP's Venezuela Presidential Elections 2013* usando un analizador de sentimientos en los comentarios y publicaciones en Twitter. El reporte de SAP, además recalca la diferencia entre las visiones que cada candidato transmitió y el éxito que tuvo cada uno en asegurar un porcentaje de «votos» en las Redes Sociales.

Los datos recopilados en Twitter muestran favorecido al candidato de la oposición, sin embargo, solo el 40% de la población podría acceder a Twitter, mucho menos de la mitad. De estas personas hay un porcentaje que todavía no puede votar por tener menos de 18 años. Del grupo completo de usuarios de las Redes Sociales el 53% pertenece a las clases media y alta. Estos factores desvirtúan la calidad de los datos arrojados por las mediciones hechas a las Redes Sociales, sobre todo cuando se quieren comparar con los resultados electorales.

La población medida en las Redes Sociales está conformada por usuarios, en cambio a la población votante está conformada por electores, lo que nos hace volver al punto de partida: «Venezuela no es Twitter».

Publicado el 11/10/2013

---

Fuentes:

- [Saplac.com](http://Saplac.com)
- [Topsy.com](http://Topsy.com)
- [Fusiantweet.com](http://Fusiantweet.com)
- [Tweetstats.com](http://Tweetstats.com)



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/venezuela-no-es-twitter>

