



El metaverso de Mark Zuckerberg fue anunciado el año 2021.

MÁS INFORMACIÓN

Tendencias

- **Memes:** el 55% de los usuarios de 13 a 35 años comparte memes por redes sociales todas las semanas.
- **Marketing conversacional:** las marcas usan cada vez más chatbots para conectar con sus clientes.
- **Gaming social:** expansión de comunidades digitales alrededor de videojuegos en línea a través de plataformas como Twitch, YouTube o el streaming.

(Fuente: "Tendencias: redes sociales 2021")

en Latinoamérica, dice que con el auge de los videos cortos, "la creación de entretenimiento tomará un papel clave en la estrategia de las marcas para captar la atención de la generación Z".

—Terremoto Musk—

El multimillonario sudamericano Elon Musk lleva casi dos meses en Twitter y ha causado ya tal revuelo que muchos usuarios han imaginado el fin de dicha red social. ¿Es posible un mundo sin Twitter? Difícil imaginarlo, pues esta red se ha convertido en una especie de ágora universal en la que, para bien o para mal, se discute, se polemiza, se odia y se ama todo lo que sucede en el mundo en tiempo real.

"Permite un alto grado de opinión", dice el profesor Santillán. "Y en esta red se encuentran políticos, intelectuales, medios de comunicación y organismos públicos que desean acercarse a sus contenidos a la ciudadanía de manera ágil. Yes ahí también donde hallamos discursos y debates de todo tipo que, en algunos casos, han despertado la desconfianza, pues han ido en contra de ciertas normas y convenciones".

Según el especialista, para su reposicionamiento futuro, Twitter dependerá de las medidas comerciales que tomará, como la definición de cobrar o no por las cuentas verificadas, y si sus directivos son capaces de enfrentar de manera inteligente las exigencias que les hacen respecto al control de cuentas falsas, los discursos de odio y el respeto a la privacidad de los usuarios.

¿Y viviremos en algún momento en el famoso metaverso? Los expertos afirman que tomará al menos una década materializarse a iniciativa. Por ahora es solo una promesa en construcción. "Pienso que la idea del metaverso sería una oferta interesante —apunta Santillán— para acercar en primera línea a los productos y los servicios a los consumidores: el entretenimiento, el consumo y la socialización para después trasladar eso a otros ámbitos como la educación".

Redes del futuro

Más allá de los polémicos tuits de Elon Musk, una mirada al horizonte de las redes sociales, las nuevas burbujas digitales del mundo contemporáneo.



JORGE PAREDES LAOS
Periodista

Legaron con el nuevo milenio y transformaron nuestras vidas, al punto de que hoy más de la mitad de la humanidad comparte al menos una red social y no imagina ya su existencia fuera de ellas. Pero no todo ha sido exitoso. En menos de dos décadas, las redes sociales han sufrido una verdadera metamorfosis, algunas han desaparecido en el intento, y otras se han desarrollado de tal manera que se han convertido en espacios de interacción de alcance global como Facebook (2004), Twitter (2006) e Instagram (2010), o recientemente TikTok (2016). ¿A dónde apuntan las redes sociales? ¿Se cumplirá, finalmente, el sueño de Zuckerberg de suplantarse a la realidad en el metaverso? ¿Twitter sucumbirá a los caprichos de su nuevo multimillonario dueño? ¿Desaparecerán las redes en algún momento?

Para Manuel Santillán, docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, "lo que está sucediendo es que muchas de estas redes están adecuando sus modelos de negocios de acuerdo a las tendencias, ne-

cesidades y preferencias de los públicos". Y explica que, "en ese sentido, las que más se adaptan a esas tendencias y a esos cambios serán las que probablemente se mantengan más en el tiempo y entre los gustos y preferencias de los usuarios. Lo que estamos viendo con las redes sociales es apenas el principio. No creo que sean un fenómeno pasajero, probablemente tengamos entre nosotros este tipo de plataformas por un buen tiempo; incluso no diría yo que desaparecerán, sino que existirán otras formas de participación, de comunicación y socialización digital que vendrán acompañadas por los avances tecnológicos".

—Predicción sensorial—

Entre esas nuevas tendencias está hacer de las redes sociales plataformas hechas a la medida del gusto de cada usuario. En este caso, el desarrollo de algoritmos que predicen el comportamiento humano ha sido clave. Cada interacción, cada like, cada post o cada 'no me gusta', denuncia o reporte enviado por un usuario de Facebook o Twitter, por ejemplo, genera señales positivas o negativas que enseñan a los algoritmos

a anticipar lo que una persona quiere leer, ver o escuchar.

Y las mejoras en ese aspecto avanzan rápido. En el corto plazo, los algoritmos ya no solo interpretarán los textos e imágenes, sino también los audios—de un pod-cast, por ejemplo—para decodificar la intensidad de la voz e intuir el sentimiento detrás de una frase o palabra. Es decir, para saber si alguien o algo nos cae bien o mal. Aunque no se puede (todavía) colocarse sensores en los cerebros para conocer los pensamientos, estos podrían ser deducidos con mayor precisión mediante la voz y así saber el grado de *engagement* que un usuario tiene con una marca, con un político o con un hecho específico.

—Videos virales—

Por ahora, las redes seguirán explorando y explotando las infinitas posibilidades del video. De ahí el auge de TikTok y la tendencia de Instagram a incentivar la producción de *reels*. "El auge de plataformas como TikTok —dice el profesor Santillán— radica principalmente en un algoritmo muy potente que permite identificar cuáles son los intereses, gustos y preferencias de sus usuarios para

● Según un estudio, más de 300 millones de personas ya están en el metaverso.

● Hay un total de 1.3 billones de cuentas de Twitter, pero solo 330 millones son usuarios activos.

envolverlos en una narrativa muy audiovisual, multisensorial y personalizada que hace que estas personas permanezcan en su plataforma por mucho tiempo".

Esta especie de adicción ha llevado a algunos a decir que estamos regresando a un consumo pasivo de productos audiovisuales, algo que recuerda a la vieja televisión. Esa misma realidad llevó a decir a gurús como el italiano Giovanni Sartori que la humanidad se había instalado en el "videovivir". Para Santillán, sin embargo, este nuevo *boom* audiovisual permite cosas que la televisión no: "por ejemplo, funciones de socialización al crear comunidades digitales o aspectos para sociales que conectan a las personas con figuras lejanas de la cultura popular, o que hacen que los usuarios se levanten del sofá e interactúen o realicen coreografías específicas para conectarse con otros en distintas tendencias".

Y esto ya está siendo explotado comercialmente. En el informe "Tendencias de las redes sociales 2021", elaborado por HubSpot y Talkwalker, Noel Nuez, uno de los directivos de TikTok



El futuro de Twitter ha despertado la preocupación de los usuarios.