



Eugenio Hernández consultor en nuevas tecnologías

opinión

Internet: el quinto poder

Subir fotos, comentarios o, simplemente, compartir el estado de ánimo son algunas de las actividades que a diario realizan quienes usan habitualmente las redes sociales, un ochenta por ciento de los más de 22 millones de internautas estimados en España. Facebook, Tuenti o Twitter son herramientas perfectas para ello, pero las redes sociales son capaces de influir en otras esferas más allá del restringido círculo de familiares y amigos, anticipando la llegada de un “quinto poder”. Un poder capaz de vigilar en tiempo real la actuación de los tres poderes clásicos del Estado y también el flujo de información que transmiten los medios de comunicación tradicionales.

Twitter, a través de las *hashtags* (etiquetas que filtran y sirven información a sus usuarios sobre asuntos concretos), ha mostrado señales de esa influencia, especialmente cuando las etiquetas consiguen convertirse en *Trending Topics*, es decir, en uno de los asuntos más comentados y vistos del día. Así sucedió con el *hashtag* #nomecures, lema de la campaña de la web Actuable pidiendo la retirada de un libro que prometía “sanar la homosexualidad”. Más de 46.000 personas firmaron la petición y muchos miles más amplificaron la campaña entre amigos, conocidos y “followers” o seguidores de sus cuentas de Twitter. El Corte Inglés y la Casa del Libro cedieron en apenas 24 horas ante la ava-



A la ‘opinión pública’ y la ‘opinión publicada’ se suma otro vector a tener en cuenta: la opinión de Internet

lancha de firmas. Campañas similares han obtenido amplio eco y efectos medibles, como la retirada de patrocinadores del programa “La Noria”, en *Telecinco*, tras las protestas de los internautas por la emisión de la entrevista a uno de los imputados por la muerte de Marta del Castillo; o

la marcha atrás del anterior Ejecutivo una vez que el periodista **Ignacio Escolar** advirtió en las redes de la inminente aprobación de la mal denominada “Ley Sinde”.

Puede discutirse el papel que ha jugado este “quinto poder” en acontecimientos más globales, como la Primavera Árabe o el 15-M, pero resulta claro –sea cual sea su grado– que facilita y multiplica la difusión de mensajes y consignas a niveles inimaginables hace sólo unos años.

Entre las características que dibujan el perfil de este nuevo poder destacan su inmediatez y horizontalidad, amén de la potencialidad que las redes sociales tienen para impulsar, según sus más fervientes defensores, una participación y un control de los flujos de información genuinamente democráticos y abiertos a la participación de todos.

A pesar de que en un reciente artículo el sociólogo **Román Guibern** recordaba al respecto que “mucho ruido no significa legitimidad política”, no puede obviarse el hecho de que las tendencias y actitudes de un número tan alto de participantes en la discusión pública fuerzan a poderes públicos y privados a mostrar una sensibilidad creciente hacia las conversaciones en las redes sociales. A la ‘opinión pública’ y la ‘opinión publicada’ se suma otro vector a tener en cuenta: la opinión de Internet. ■

@ebarcala