



Los hilos de tuits como articulación del relato histórico fragmentado¹

Manuel de Ramón Carrión²

Fechas: Recibido 6 de marzo de 2017 / Aceptado 30 de abril de 2017

Resumen. El artículo plantea un análisis en profundidad sobre las posibilidades que las Redes Sociales 2.0 ofrecen para convertirse en un canal de comunicación de los conocimientos de Historia. El estudio se ha realizado en Twitter porque sus características lingüísticas y estructurales representan un reto para lograr una eficiente difusión de los conocimientos históricos. Twitter ofrece la ventaja de su popularidad con más de 11 millones de cuentas sólo en España y más de 500 millones en todo el mundo. Se calcula que cada día hay 65 millones de tuits y 800.000 consultas diarias.

Palabras clave: Twitter; Historia digital; Relato fragmentado; Guerra Civil.

[en] Twit threads as articulation of fragmented historical stories.

Abstract. The article raises an in-depth analysis on the possibilities that the Social Networks 2.0 offer to become a channel of communication of History. The study has been carried out on Twitter because its linguistic and structural characteristics represent a challenge to achieve an efficient dissemination of historical knowledge. However, Twitter offers the advantage of its popularity, more than 11 million accounts in Spain and more than 500 million worldwide. It is estimated that each day there are 65 million tweets and 800,000 queries.

Key words: Twitter; Digital History; Fragmented Story; Civil War.

Sumario: Introducción. 1. Metodología. 1.1. Las cuentas. 2. Las posibilidades divulgativas de Twitter en el campo de la Historia. 3. Los hilos como relato histórico-periodístico fragmentado. Una propuesta de definición. 4. Estructura de los hilos. 5. Los grados de especialización en los textos de Twitter sobre temas historiográficos. 6. Conclusiones. 7. Bibliografía.

Cómo citar: De Ramón Carrión, M. (2017). Los hilos de tuits como articulación del relato histórico fragmentado, en *Historia y comunicación social* 22.2, 347-362.

The transgressive knowledge that the Internet has unleashed produces proletarianization that incorporates and facilitates a reconstruction of complex social relations on a global scale.

(Breen, 2011: 199)

¹ Este artículo forma parte de los resultados del proyecto “*Historia y Memoria Histórica on line. Retos y oportunidades para el conocimiento del pasado en Internet*”, ref. HAR-2015-63582-P MINECO/FEDER.

² Universidad Complutense de Madrid
manuelal@ucm.es

Introducción

La divulgación de los conocimientos sobre la Guerra Civil ha entrado de lleno en las redes sociales. Ahora se trata de averiguar aquí cuál es la forma que adoptan los mensajes para explotar la amplia capacidad de transmisión de Twitter y cómo se supera el encorsetamiento que suponen los famosos 140 caracteres que impone el sistema de microblogging³. De entrada, hay que anticipar que las publicaciones sobre la Guerra Civil en Twitter parecen quedar limitadas mayoritariamente a los trabajos de estudiosos o aficionados a la Historia, dado que no se han detectado grandes firmas en la red. Esta conclusión ya se adelantaba en el trabajo “Los medios de comunicación digitales ante el oficio de historiador” (De Ramón *et al.*, 2016: 598).

Actualmente son ya numerosos los usuarios de Twitter que utilizan esta red para lanzar mensajes sobre Historia. Hasta 2015 aproximadamente, los mensajes se realizaban en dos modalidades. Por un lado están lo que llamaríamos las efemérides. Simplemente se recuerda que determinado hecho histórico se produjo el mismo día de hace 81 años. Por ejemplo, el que publicó @HistoriaMilitar el 15 de septiembre de 2016:

Tal día como hoy en el año 1935: en Alemania, las leyes de Núremberg privan a los judíos de la ciudadanía alemana @HistoriaMilitar (15-09-2016)

En este caso, el tuit ocupa 113 caracteres y va acompañado de una fotografía alusiva. Los tuits resultan ideales para este tipo de recordatorios, que además tienen una larga tradición periodística. Las efemérides reciben el nombre del término griego ἐφήμερίς (“de un día”), según el diccionario de la Real Academia Española de 2001. En un principio eran libros en los que se recogían y comentaban los sucesos diarios y también la conmemoración de un acontecimiento notable. El Periodismo español adoptó casi desde sus comienzos esta tradición y la convirtió en un género informativo menor que se prodiga en la Prensa, pero también en algunos programas de Radio y TV. Ahora las Redes Sociales han recogido el testigo y determinadas cuentas, en especial las de vocación historicista, recuerdan a diario acontecimientos importantes o simplemente curiosos.

Otra modalidad consiste en publicar un tuit con un enlace a un blog o a una revista donde aparece algún artículo interesante del autor del tuit o de un tercero. Pero el sistema que resulta más reciente y atractivo para este estudio es el denominado como “hilos”. El momento de su popularización en Twitter podría situarse en torno a 2015. Consiste en la emisión encadenada de varios tuits de 140 caracteres sobre un mismo tema. De esta forma, un hilo de diez o doce tuits puede constituir una minicrónica de hasta 1.400 ó 1.600 caracteres en total. Normalmente, resultan atractivos de leer y en ocasiones van acompañados de fotografías, vídeos, enlaces a blogs, publicaciones, etc. Es habitual que coincidan con el aniversario de episodios destacados, como el comienzo de la Guerra Civil, la Batalla de la Ciudad Universitaria (Madrid, noviembre de 1936), la Campaña del norte, la ocupación de Málaga (enero de 1937), etc.

³ El planteamiento de este trabajo tiene una clara relación con las investigaciones realizadas por De Ramón, Paniagua y Sanmartí sobre la divulgación de la Historia a través de las redes sociales, aunque en este caso se centra exclusivamente en el tratamiento que Twitter dedica a la Guerra Civil Española.

Este tipo de “crónicas” entraría dentro del “relato fragmentado”, denominación que han empezado a aplicar los más recientes estudios de Comunicación. En este caso podría hablarse de “Relato Histórico Fragmentado”. El encadenamiento de los tuits en una serie con un tema que los relaciona es tan patente que, en muchas ocasiones, se interrumpe una frase al final de un tuit para continuar en el siguiente, como luego veremos. Algunos de los autores no se preocupan por crear frases completas de 140 caracteres, sino que van escribiendo hasta que se termina el espacio del tuit y continúan en el siguiente. De esta forma, tres o cuatro tuits pueden constituir un único “párrafo”, si optamos por la denominación tradicional.

En cuanto al concepto de “información o relato fragmentado”, consideramos muy apropiado el planteamiento que propone José Cerezo, para quien la “información fragmentada” se compone de “retazos de la realidad de unos pocos bits, noticias que en segundos se difunden en el mundo interconectado para hacerse un hueco durante también apenas unos segundos en el magma de información que vivimos” (Cerezo, 2009). Estas consideraciones van referidas principalmente a la información periódica, nos pueden resultar útiles también a la hora de estructurar nuestra hipótesis de trabajo sobre las nuevas técnicas de divulgación del conocimiento científico, en este caso la Historia.

Hemos dicho que este artículo estudia la capacidad que ofrece Twitter para divulgar los conocimientos históricos, pero al elaborarlo tenemos la sensación de que posiblemente no será la fórmula definitiva para aproximar esos conocimientos al público interesado. De hecho, desde hace tiempo se está diciendo que el crecimiento del número de usuarios de Twitter ha perdido velocidad de crucero y la red ha sufrido fuertes pérdidas económicas (Ungría, 2017), sobre todo si se la compara con algunas de sus rivales, como Facebook o Instagram. En cualquier caso, la llamada red del pajarito tiene todavía una gran capacidad para recoger noticias o comentarios de todo el mundo, desde un jefe de Estado hasta un adolescente que quiera relacionarse con personas de gustos o aficiones parecidos a los suyos. En 2012, sólo seis años después de ser creada, ya estaba claro que cualquier actividad cultural, económica, política, social, científica, etc., estaba dispuesta a codificar sus mensajes para que pudieran enviarse a través de Twitter y de otras redes sociales (De Ramón, 2013: 131).

1. Metodología

La metodología utilizada para el trabajo ha tenido dos vertientes. Por un lado se han detectado y analizado todos los tuits publicados por las cuentas @gurjoseba, @inesgce y @19391936, que se habían estado siguiendo durante un año aproximadamente. Estas cuentas⁴ se consideran representativas del nuevo sistema de divulgación de los conocimientos históricos por medio de hilos. Al comenzar el trabajo de campo se han contabilizado los tuits emitidos durante un mes, anotando si constaban sólo de texto, si llevaban fotografías, vídeos (o GIF) o enlaces externos. También se ha

⁴ Para conocer algunas de las numerosas cuentas de Twitter dedicadas a la Guerra Civil, puede consultarse la web de recursos del proyecto HISMEMI, <http://uc3m.libguides.com/hismedi>. Estas cuentas aparecen registradas en la base de datos OMEKA: <http://hismedi.evilinehd.com/om/> Por poner algunos ejemplos, además de las utilizadas para el trabajo, citaremos @DiarideGuerra, @laguerracivil, @GuerraCivil_TR, @guerraenmadrid, @1936guerracivil, @GuerraCivil1936

verificado si se trataban de tuits aislados o formaban parte de una cadena como los ya mencionados “hilos” que permiten elaborar un relato más extenso. Asimismo se ha comprobado el sistema de elaboración de los tuits, bien de forma aislada, uno por uno, en los hilos o bien con un texto escrito sin interrupciones y dividido después para adaptarlo a los límites espaciales que impone Twitter.

Para evaluar las posibilidades divulgativas se ha planteado un análisis de los relatos fragmentados con vistas a establecer el índice de legibilidad. Sin embargo, esta primera idea se ha desechado ya que tras algunos ensayos con los diferentes métodos que contabilizan el número de palabras técnicas, Cloze, Gray-Leary, Flesh, Dale-Chall o Spaulding, se ha llegado a la conclusión de que están concebidos para textos más complejos y con unos campos de lectura mucho mayores incluso que los que se pueden lograr reuniendo los hilos más largos. Ni siquiera ha servido para esta ocasión el método con el que Francisco Szigrizst (1993) adaptó la fórmula Flesh al idioma español. Finalmente se ha optado por realizar un análisis del Grado de Especialización (G/E_g) de los textos que se basa en las ideas propuestas en su día por los profesores Fernández del Moral y Esteve, que diseñaron un modelo inspirado en la escala térmica centígrada de 0 a 100. Este modelo se justificaba en la relatividad de las sensaciones personales de frío y calor, que son subjetivas, pero a la vez medibles. Por comparación, consideran que equivaldría al grado de especialización o de dificultad de un texto en función de cada lector:

El ejemplo térmico nos es sumamente útil para hacer un paralelismo respecto a la especialización. El calor es una magnitud sensible. Tenemos sensación de frío o de calor (...) eso no deja de ser una percepción subjetiva y por lo tanto relativa (...) planteamos para nuestros textos especializados un razonamiento similar al del calor y la temperatura, aplicando una vez más los símiles termodinámicos que tan buenas aportaciones han hecho a las Ciencias de la Información (...) entendemos que el grado de especialización se podía relacionar con una magnitud medible y sensible a las variaciones, como son los términos especializados. Un mensaje será más especializado en la manera en que contiene más palabras especializadas (Del Moral y Esteve, 1993: 124)

Aunque es cierto que Del Moral y Esteve proponen su modelo para los textos periodísticos, se ha considerado que también puede ser útil para los relatos fragmentados de Twitter, ya que podemos pensar que las Redes Sociales todavía están en un periodo de cierta indefinición respecto a su encuadramiento en el campo de los medios de comunicación. En este caso, podríamos considerar que, salvando las distancias, las cuentas estudiadas entrarían en el campo del periodismo divulgativo que se da en las revistas de Historia que encontramos en los quioscos. Otra de las técnicas metodológicas planteadas, que lamentablemente se frustró, fue el intento de entrevistar a los titulares de las cuentas analizadas para conocer circunstancias personales concretas como la formación académica, metodología, forma de trabajar, fuentes, etc. Resultó imposible mantener una conversación detallada, más allá de algunos contactos a través de mensajes directos de Twitter y no con todos ellos.

1.1. Las cuentas

Como se ha dicho anteriormente, de entre las muchas posibilidades que aparecen en esta modalidad de comunicación, nos hemos centrado en tres cuentas que publican relatos fragmentados: @inesgce, @19391936 y @gurjoseba. Los motivos para esta elección son fundamentalmente la amplia difusión que tienen las tres elegidas y también la regularidad en la publicación de los hilos y el prestigio de que gozan entre los tuiteros aficionados al estudio de la Historia de la Guerra Civil. En el momento de realizar el estudio de campo (comienzos de 2017), sintéticamente podemos decir que las tres cuentas sumaban 11.488 seguidores y habían emitido un total de 21.288 tuits, de los que buena parte estaban relacionados con el tema de la Guerra Civil.

Indudablemente hay otras cuentas, pero se ha considerado necesario acotar el número dado el limitado espacio de que se dispone para este trabajo. Las características particulares de cada una se describen a continuación. La primera, @inesgce, parece estar especializada sobre todo en la faceta madrileña de la Guerra Civil, aunque también se ocupa del resto de episodios. La segunda cuenta, @19391936, realiza numerosos hilos sobre los grandes episodios de la Guerra Civil, mientras que la tercera, @gurjoseba, está especializada sobre todo en el Frente norte aunque elabora hilos sobre otros, concretamente en el periodo estudiado publicó hilos sobre las batallas de Madrid, el Frente norte y Málaga.

En el Cuadro 1 se han ordenado los datos de las cuentas estudiadas con los perfiles, antigüedad, número de seguidores, número de tuits, etc. que tenían en el momento de la elaboración del estudio de campo (enero-febrero de 2017).

Cuadro 1. Cuentas estudiadas en el trabajo

Cuenta	Perfil	Ficha	Periodo estudiado
@gurjoseba	Montañero aficionado y amante de historia (sic)	Antigüedad: abril 2014	1-31 de enero de 2017
		Seguidores: 640	
		Cuentas seguidas: 886	
		Número de tuits: 8.016	
		Número de "me gusta": 397	
@19391936	Hoy hace 80 años. -El Sol -La Voz -El Heraldo de Madrid -ABC -Crónica Mundo Gráfico -Bibliografía seleccionada- http://ask.fm/guer-racivil	Antigüedad: diciembre de 2013	4-8 de noviembre de 2016
		Seguidores: 9.599	
		Cuentas seguidas: 53	
		Número de tuits: 9.497	
		Número de "me gusta": 3589	

@inesgce	“La salida está en vencer y en el valor la esperanza” (Romancero español)	Antigüedad: agosto de 2011	1-28 de diciembre de 2016
		Seguidores: 1.249	
		Cuentas seguidas: 705	
		Número de tuits: 3.715	
		Número de “me gusta”: 4.361	

Fuente: Elaboración propia

2. Las posibilidades divulgativas de Twitter en el campo de la Historia

Cuando se realiza cualquier tipo de estudio sobre una red social concreta hay que plantearse las posibilidades de permanencia de la misma. No podemos olvidarnos de su carácter perecedero. Internet lo devora todo y constantemente surgen nuevas redes sociales dispuestas a dejar obsoletas a sus predecesoras. En el plazo de unos pocos años ya han perdido vigencia, o al menos han quedado relegados a un segundo plano, varios de los formatos digitales que hace escasamente diez años tenían una fuerte presencia en la Red, como por ejemplo los blogs. Tras el surgimiento de las RRSS 2.0, los blogs han pasado a convertirse en una especie de nuevo género periodístico enlazado a través de los diarios digitales, donde pueden leerse los comentarios de opinión de sus colaboradores. También continúa habiendo blogueros independientes, naturalmente.

En el tema de la historia y la memoria hay algunos blogs, sobre todo de mujeres, donde reaparece una tradición comunicativa de tanto arraigo literario y periodístico como los diarios personales. Tradicionalmente se han asociado a las mujeres y tienen una escritura más personal e intimista. Ahora hay más mujeres blogueras que tuiteras o *youtubbers* (Herring *et al*, 2005: 142). En anteriores publicaciones hemos utilizado el recurso de comparar a Twitter con una “red de alerta temprana”. Equivaldría a un *flash*, dicho en lenguaje periodístico, que nos advertiría sobre cualquier información importante que se irá ampliando de forma paulatina. Como se ha dicho también, los autores de las cuentas sobre Historia analizadas han aprovechado asimismo esa posibilidad de aviso con enlace a un sitio de Internet, a veces de terceras personas, donde se puede encontrar un texto más amplio que el relato que nos están ofreciendo por medio de los hilos.

En los trabajos de Manuel de Ramón y otros (De Ramón *et al*, 2016: 579-599) quedó demostrado empíricamente el doble uso que hacían de esta red social los individuos interesados en la Historia, tanto profesionales, como simples aficionados o instituciones. Los usuarios de las redes pueden obtener ya unos conocimientos y opiniones que les llegan hasta su teléfono móvil sin necesidad de utilizar los medios de comunicación tradicionales (que no debemos olvidar que también se han modernizado para ser accesibles a través del teléfono móvil). Y de la agilidad comunicativa de Twitter siguen aprovechándose las fuentes de todo tipo, tanto científicas

como informativas. En 2014, Pérez Casanova⁵ indicaba que “las redes sociales son el nuevo puente entre la sociedad y las instituciones que actúan como fuentes del conocimiento”.

3. Los hilos como relato histórico-periodístico fragmentado. Una propuesta de definición

Como se explicaba en la Introducción, las modalidades o “géneros tuiteros” (habitualmente el anuncio de la publicación de artículos y el recordatorio en forma de efemérides) se han ampliado con la creación de los “hilos”. Dada la importancia que está cobrando este llamémosle nuevo género, convendría ensayar alguna definición de los “hilos” de Twitter para establecer una convención a la hora de trabajar. El autor de este artículo propone como definición de hilo de Twitter “El encadenamiento de un número variable de tuits que tratan sobre un mismo tema en una sola cuenta, aunque también pueden surgir “subhilos” de debate”. El hecho de que estos mensajes aparezcan gráficamente unidos por una línea es lo que puede haber dado lugar al nombre de “hilo”. A su vez tienen una doble faceta. Por una parte, pueden alcanzar la categoría de relato, como algunos de los que se han estudiado para este trabajo. Por otra, los hilos también pueden formar parte de un debate, en forma de “subhilos”, en el que las argumentaciones necesitan un espacio mucho mayor que el que permite un solo tuit.

El análisis de los hilos de Twitter permitirá comprobar las posibilidades de establecer una comunicación eficiente con los usuarios de Twitter y el rigor científico de los tuits encadenados. También se pueden observar los problemas de continuidad en el relato que se generan cuando el usuario no puede leer alguno, la calidad en la redacción (hay bastantes diferencias entre las distintas cuentas), la especialización del lenguaje (que sea más o menos técnico o científico o más divulgativo), la calidad de sus fuentes y cuál es el nivel de especialización del público al que van destinados. Hay que tener en cuenta que, aunque en otras comunicaciones vía Twitter los hilos parece que no superan los diez o doce tuits, algunos de publicados en las cuentas analizadas han superado los 100 tuits e incluso han alcanzado los 179. Es el caso del de @19391936 sobre la batalla de Madrid (noviembre de 1936). Conviene advertir que no todos los tuits de este hilo corresponden exactamente a los combates en la Ciudad Universitaria o la Casa de Campo, sino que también se incluyen otros previos como los referidos a la batalla de Illescas, por ejemplo.

En el caso de @gurjoseba, el periodo analizado es el mes de enero de 2017, en el que hace un relato día por día y casi hora a hora del mes de enero de 1937, recogiendo así la llamada tercera batalla de la Carretera de la Coruña y los preparativos de la batalla del Jarama, que se han incluido en el trabajo dentro de lo que algunos expertos agrupan como la ofensiva sobre Madrid. El titular de la cuenta @gurjoseba confirmó en un mensaje directo de Twitter al autor de este artículo que utilizaba el método de agrupar los tuits sobre distintas batallas en un mismo entorno geográfico, como el del “Norte”, ya que iba informando casi simultáneamente de los enfrenta-

⁵ Guillermo J. Pérez Casanova: “Tuitteando el centenario de la Gran Guerra: ¿hacia un espacio virtual de la memoria?”, *Actas del XII Congreso de Historia Contemporánea, Pensar en la Historia desde el Siglo XXI*, Madrid, 2014.

mientos navales en torno a Bilbao, los combates en el “pasillo” de Oviedo y los que se produjeron en el norte de Burgos y otras zonas adyacentes.

4. Estructura de los hilos

Un aspecto interesante que ha surgido al analizar los distintos hilos para este trabajo es el de la forma en que han sido redactados y a la que ya aludíamos anteriormente. Es decir, lo que parece habitual al redactar un solo tuit, tanto si se publica de forma individual o va incluido en un hilo de debate, es que se escriba de forma individual, sin conexión textual con otros. Sin embargo, en la mayoría de los hilos que se han estudiado se observa que forman un solo texto, más o menos largo que posteriormente se divide y se reparte en sucesivos tuits. Resulta un procedimiento más rápido que le da mayor coherencia al relato y sin duda mantiene la atención del lector. Además, al editarse todos a la vez, pueden aparecer de manera casi simultánea, con lo que no da tiempo a que el lector pierda el sentido del relato. Este método es especialmente apreciable en los hilos de @gurjoseba, donde incluso llega a interrumpir frases. Podemos ver algunos ejemplos:

[29 ene. 2016]

Madrid

28-1-37

golpe d emano (sic) en el Parque del Oeste, el antiguo gobernador civil de Guipúzcoa, el teniente de carabineros, Antonio Ortega,

[29 ene. 2016]

lanza un ataque por sorpresa y toman casi todo el parque, capturando mucho material de guerra.

[29 ene. 2016]

Madrid

29-1-37

Frente del Jarama

Ante el continuo flujo de informaciones de prisioneros y pasados, los republicanos empiezan a tomar medidas

[29 ene. 2016]

preventivas. Miaja mueve la XIII brigada Internacional, a Vallecas, y Pozas refuerza poco a poco el frente, coloca un batallón en

[29 ene. 2016]

San Martín de la vega (sic), 2 en la Marañososa, la 18 Brigada en Ciempozuelos y a Burillo y su brigada en Aranjuez.

[29 ene. 2016]

Euzkadi

29-1-37

Se va preparando la 2 Brigada, que irá a Asturias, estará formada por los distintos servicios y 4 batallones de infantería.

[29 ene. 2016]

El Itarkundia (sic)⁶ y el Itxasalde del PNV, el UGT n.7 y el anarquista Isaac Puente. Además van acompañados por una compañía de ametralladoras y

[29 ene. 2016]

una sección de morteros. De artillería llevan 1 batería de cañón japonés (sic) de 75mm. Y una batería del Saint Chamond,de (sic) 75mm.

El caso de @19391936 presenta algunas diferencias. Los relatos también parecen haber sido escritos de una sola vez con anterioridad a su publicación en hilos, pero los textos que aparecen en los tuits están mucho más rematados porque constituyen párrafos completos que terminan en un punto y final. No interrumpen el periodo ni rompen la oración, a pesar de lo cual también se mantiene la tensión narrativa. Podemos ver algunos ejemplos:

[8 nov. 2016]

Una brigada de soldados se dirige desde Vallecas hacia la ciudad universitaria a pie. Cantan La Internacional en idiomas extraños.

[8 nov. 2016]

No llevan mono azul, como las milicias, sino cazadora de cuero negra, boina azul oscura y botas militares. - ¿¡Son los Rusos!?

[8 nov. 2016]

En realidad es la XI Brigada Internacional; la “Brigada Thaelmann”, que se dirige directamente al frente. A la Ciudad Universitaria.

No obstante, también aparecen textos sueltos cuya información se contiene un solo tuit como podemos ver aquí:

[8 nov. 2016]

A pesar del peligro que suponen los cazas soviéticos, la aviación rebelde apoya el avance de sus ropas (sic) bombardeando intensamente.

La tercera cuenta analizada @inesgce ha sido elegida para este trabajo porque es una de las más antiguas (agosto de 2011) de las que hemos seguido en los trabajos previos y tiene un número significativo de seguidores (1249). Asimismo, en años anteriores, por ejemplo en noviembre de 2015, publicó un hilo conmemorativo de la batalla de Madrid, aunque creemos recordar que no era propiamente una narración fragmentada, sino que consistía en una serie de fotografías relacionadas con la batalla, pero con unos textos que parecían complementar el significado de la imagen. En

⁶ *Itarkundia* posiblemente se refiere al batallón *Itarkundia*, que en euskera significa “resurgimiento”.

esta ocasión @inesgce no ha realizado una serie como tal y ha publicado unos tuits sueltos en la línea del año anterior con textos de marcado carácter literario, como se podrá apreciar en estos ejemplos que en el original van siempre acompañados de fotografías:

[12 nov. 2016]

Venga chaval, que no es nada..., parece decir el sargento Juan Caballero, exfutbolista del #RacingClubChamberí, héroe de la #DefensadeMadrid

[13 nov. 2016]

13 de nov 1936. Santo y seña para circular esta noche por Madrid: Quién sois, Respuesta: La Libertad http://gefrema80.blogspot.com.es/2016/11/13-de-noviembre-la-batalla-de-madrid_13.html ...

[15 nov. 2016]

Compañero, aquí seguimos aguantando... #TiposMadrileños, Ejército del Pueblo, #DefensadeMadrid. Noviembre de 1936. Foto: Albero&Segovia

[22 nov. 2016]

Malas noches hemos pasado el lunes y el martes. En #Pirámides venimos resistiendo hace dieciseis días #DefensadeMadrid Nov. 1936 #GZúñiga

[1 feb. 2017]

Pequeños camilleros, siempre grandes en los momentos difíciles #MadridBombardada Calle Caños [del Peral] 1937 #80Aniversario #SCW

Al mismo tiempo, durante el mes de diciembre de 2016 @inesgce efectuaba numerosos retuits con convocatorias de actos culturales relacionados con la Guerra Civil. El retuiteo de convocatorias, enlaces y publicaciones es asimismo una de las tareas más valiosas de esta cuenta. Pero aquí podemos ver ejemplos de tuits, algunos originales y otros con enlaces:

[13 dic. 2016]

15 diciembre 1936. Se hace la guerra en las cumbres nevadas y desde allí resiste la capital de la República #DefensadeMadrid. Foto: Moreau

[14 dic. 2016]

Enigma del legado Zúñiga [http://florentinoareneros.blogspot.com.es/2016/12/el-eni-eni ...](http://florentinoareneros.blogspot.com.es/2016/12/el-eni-eni...) #Fotografía #GuerraCivilEspañola #GuillermoZúñiga #WalterReuter #DavidSeymour @F_Areneros

[15 dic. 2016]

Zúñiga, Walter y los hombres de Carrasco. #Fotografía #GuerraCivilEspañola <http://florentinoareneros.blogspot.com.es/2016/12/el-enigma-de-la-coleccion-zu-niga.html> ... @F_Areneros

[16 dic. 2016]

Por lluviosas y ateridas afueras, voy las hojas difuntas pisando entre trincheras, charcos y barrizales #Alberti #DefensadeMadrid #Moncloa

[22 dic. 2016]

“Escalafón del Ejército Republicano en 1938” por @humbras <http://www.combatientes.es/Escalafon1938.htm> ...

[25 dic. 2016]

Matilde Landa #SRI Conf Internacional Ayuda Sanitaria a la República #Paris 1937 <http://bit.ly/2igZ2xG> #HeroínaRepublicana @lassinsombbrero

5. Los grados de especialización en los textos de Twitter sobre temas historiográficos

En el comienzo de las Redes Sociales pudo pensarse que el perfil cultural, social o personal de los usuarios de las RRSS podría ser bastante homogéneo debido a que las nuevas tecnologías determinan necesariamente una capacidad, conocimientos previos y predisposición para utilizarlas con un nivel similar de destrezas. Sin embargo, el público que participa en estas redes ofrece perfiles muy distintos, incluso en medio de un ambiente intelectual elevado como es el universitario. Esta circunstancia obliga a adaptar las estrategias de comunicación al grupo de usuarios al que se pretende llegar, tal como demostró un grupo de profesores de la Universidad Miguel de Cervantes de Valladolid dirigidos por Alejandro Tapia:

En resumen, cabe destacar la existencia de diferentes perfiles de uso de redes sociales, con claras diferencias respecto del modo de uso de estas herramientas, lo que hace en todo caso necesaria la elaboración de una adecuada estrategia de comunicación con ellos, ya que tanto la eficiencia del mensaje como la permeabilidad de su emisión dependen sobremanera del perfil al que se dirigen dichos mensajes (Tapia *et al*, 2009: p. 61).

En este punto resurge un ya antiguo debate como es el de la capacidad o incapacidad de los medios de comunicación social para difundir el conocimiento científico o si deberían limitarse a difundir sólo el conocimiento común. Casi desde el mismo momento en que resultó evidente que los medios de comunicación podían actuar como difusores no sólo de las noticias de actualidad, sino que podían aproximar el conocimiento científico a la sociedad en general, se planteó la polémica entre los partidarios de la divulgación y los que preferían mantener esos conocimientos reservados para una élite científica. Ya en el siglo XIX el filósofo español Federico de Castro y Fernández establecía la diferencia entre ambos tipos de conocimiento:

El conocimiento común se distingue del científico en que el primero sólo dice el qué de lo pensado, y el segundo dice además el porqué. Conocer científicamente no es saber más cosas que las sabidas comúnmente, sino saber de un modo su-

perior lo que antes se sabía imperfectamente, o se opinaba o se creía (Castro y Fernández, 1888)

Desde esta perspectiva, podemos recordar que tradicionalmente se han establecido tres grados de especialización de los textos periodísticos, según el porcentaje de términos especializados que contienen y en función de la exclusividad o no de sus respectivos significados. Del Moral y Esteve los clasifican como monosémicos especializados (propios de la especialidad, por ejemplo “ametralladora”), polisémicos especializados (los que aun siendo propios de la especialidad, serían aplicables también en otras, por ejemplo “división”, pero sin contar las expresiones metafóricas,) y, por fin, nombres propios y geográficos relacionados con el tema (Vicente Rojo, Yagüe, Brunete, Jarama, etc.). En su libro ya citado proponen cuatro fórmulas para establecer el grado de especializado de forma objetiva que hemos agrupado en el Cuadro número 2:

Cuadro 2. Fórmulas para averiguar el Grado de Especialización

1. Grado de especialización en monosémicos (G/E.m) ⁷
$G/E_m = \frac{m \cdot 100}{N}$
2. Grado de especialización en polisémicos (G/E.p)
$G/E_p = \frac{p \cdot 100}{N}$
3. Grado de especialización de los nombres propios (G/E.np)
$G/E_{np} = \frac{np \cdot 100}{N}$
4. Grado de especialización genérico del texto
$G/E_g = \frac{(m+n+np) \cdot 100}{N}$

Fuente: Elaboración propia

Para este trabajo se ha utilizado sólo la cuarta fórmula, que nos permite averiguar de forma matemática el grado genérico de especialización (GE_g) de los tuits que se han analizado. Se trata de constatar de forma objetiva cuál es el nivel de público al que van destinados. A continuación, el resultado se ha comparado con una escala entre el 0 y el 100. De tal forma que el 0 corresponderá a textos de 100 palabras sin ningún término especializado y el 100 será lógicamente para textos de 100 palabras

⁷ m: número de monosémicos especializados; p: número de polisémicos especializados; np: número de nombres propios; N: número de palabras en el texto.

en las que todos los términos sean de carácter especializado⁸. Dado que las investigaciones sobre Periodismo Especializado han establecido tres niveles de comunicación especializada en función del público que recibe cada mensaje (Divulgativo, Intermedio y Especializado), se ha optado por dividir la escala de 0 a 100 en tres segmentos iguales de 33,33 puntos:

1. Nivel Divulgativo (audiencia mayoritaria y con bajo nivel cultural)

$$G/\text{Especialización} < 33,33$$

2. Nivel Intermedio (audiencia más restringida y con un nivel cultural medio)

$$G/\text{Especialización} > 33,33 < 66,66$$

3. Nivel Especializado (audiencia mucho más restringida o elitista y con un alto nivel cultural o de conocimiento de la especialidad tratada)

$$G/\text{Especialización} > 66,66-100$$

En el siguiente cuadro se recogen los datos de las tres cuentas estudiadas @gurjoseba @19391936 y @inesgce clasificados por el periodo en que se efectuó el estudio, los hilos que contienen, el número de tuits y de retuits, el número de palabras subdivido en términos monosémicos, polisémicos y nombres propios, así como los tuits que llevaban fotos, vídeos, enlaces, etc. Finalmente, las dos últimas columnas recogen el Grado genérico de Especialización (G/E_g) y el Nivel de Especialización (N/E) de cada una de las tres cuentas. Como puede observarse en el Cuadro 3, las cuentas quedaron sólo ligeramente por encima del nivel 20 y muy lejos del 33,33 por lo que podemos considerar que el contenido medio de sus textos es plenamente encuadrable en el Nivel Divulgativo (<33,33) establecido por los estudios sobre Información Periodística Especializada.

⁸ Hay que tener en cuenta que este segundo caso es un planteamiento exclusivamente teórico, puesto que el 100% de las palabras no pueden ser especializadas salvo que eliminemos del cálculo las preposiciones, los artículos y las partículas que no tienen posibilidades de ser consideradas como palabras especializadas.

Cuadro 3. Cuantificación de resultados

Cuenta	Periodo	Hilos	Tuits	RT	Palabras		Fotos, videos, enlaces...	G/E _g	N/E
@gurjoseba	1-31 ENE 2017	TOTAL	262	2	TOTAL	4694	274	24,00	Divulgativo
		Madrid	125		Monosémicas	255			
		Norte	92		Polisémicas	386			
		Málaga	29		Nombres propios	486			
		Retaguardia/ Política	16						
		Catálogo de cimás2	N/C						
@19391936	4-8 NOV 2017	TOTAL	239	0	TOTAL	4631	65	22,30	Divulgativo
		Madrid	179		Monosémicas	344			
		Paracuellos	18		Polisémicas	270			
		Norte	7		Nombres propios	419			
		Retaguardia/ Política/ RR.II/ Oro	26						
		Brig. Intern.	8						
		Otros frentes	1						
@inesgce	1-28 DIC 2017	Guerra Civil	8	16	TOTAL	430	37	23,72	Divulgativo
					Monosémicas	26			
					Polisémicas	24			

Fuente: Elaboración propia

6. Conclusiones

Las Redes Sociales 2.0, y en concreto la red Twitter, han demostrado su capacidad para transmitir los conocimientos históricos en forma de mensajes largos, en este caso sobre la Guerra Civil Española. Esta transmisión ha sido posible gracias a la capacidad de adaptación de su estilo de redacción que han mostrado los titulares de

⁹ El autor publica también un atractivo hilo con el título Catálogo de Cimás de Euskal-Herria, que no se ha contabilizado para este trabajo porque no tiene carácter historiográfico.

cuentas de contenido histórico, puesto que han roto el estrecho margen que imponía el límite de los 140 caracteres, adaptando sus mensajes al sistema de “hilos”.

Los hilos constituyen una forma de transmisión de textos largos, en ocasiones de más de 2.500 caracteres y 1.200 palabras, que se dividen en numerosos tuits. A veces superan los 170 tuits, aunque lo normal es que sean menos de 20. Como ha quedado constatado con la aplicación del modelo Del Moral-Esteve, el Grado de Especialización (G/E_g) de los tuits de cada una de las cuentas de Twitter estudiadas equivale al del Nivel de Divulgación, dirigido a una audiencia masiva y con menor nivel de conocimientos, aunque con interés por el tema.

También se ha constatado, gracias al análisis y observación de los textos, que los hilos largos se redactan previamente con la forma de un relato completo y después se dividen para encajarlos en el espacio que impone Twitter. Una de las cuentas (@gurjoseba) corta incluso las frases y separa el verbo de los predicados. De esta manera mantiene el interés por la lectura. Por su parte, la cuenta @19391936 ha optado por publicar exclusivamente párrafos completos en cada tuit. Los textos de la tercera cuenta (@inesgce) suelen tener un marcado carácter literario. Incluso pueden contener citas de escritores y poetas que normalmente acompañan una fotografía histórica a la que se dota así de una cierta aura literaria, como se ha visto en los ejemplos incluidos en este artículo. Por otra parte, y a falta de un estudio concreto en cada campo, no descartamos que este sistema de relato fragmentado en Twitter, bautizado como “hilos”, pudiera servir para divulgar otros conocimientos científicos y también de ocio o entretenimiento.

7. Bibliografía

- Breen, M. (2011). *Uprising. The Internet's Unintended Consequences*. Champaign, Illinois: Common Ground.
- Castro y Fernández, F. de (1888). *Metafísica*. Recogido por BERGANZA, M. R. (2005) en *Periodismo Especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Cerezo, J. (2009). “Hacia un nuevo paradigma. La era de la información fragmentada”. En: *Revista Telos*, nº 76, Madrid: Fundación Telefónica <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=6&rev=76.htm> (consultado el 08-02-2017)
- Fernández del Moral, J.; Esteve, F. (1993). *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Herring, S. C.; Scheidt, L. A.; Bonus, S.; Wright, E. (2005). “Weblogs as a bridging genre”. En: *Information Technology; People*, Vol. 18 Iss: 2, pp.142 - 171. En <http://dx.doi.org/10.1108/09593840510601513> (consultado el 12-02/2017)
- Pérez Casanova, G. (2014). “Twitteando el centenario de la Gran Guerra: ¿hacia un espacio virtual de la memoria?”. En FOLGUERA, P. (coord.) (2014). *Pensar con la Historia desde el Siglo XXI*. Madrid: UAM. p. 5997-6007
- Rae (2011). *Diccionario de la Lengua Española*. Vigésima Segunda Edición. Madrid: Espasa.
- Ramón, M de, Paniagua, P y Sanmartí, JM (2016). “El historiador ante los medios de comunicación digitales. Una relación nueva”. En: *Historia y Comunicación Social*, Vol. 20, Núm. 2, pp. 579-599

- Ramón, M de (2013). “Un nuevo lenguaje para los medios periodísticos digitales”. En: *Revista de Comunicación de la SEECI*, año XV (32). En <http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/25> (consultado el 14-02/2017)
- Szigrizst, F. (1993). *Sistemas predictivos de legibilidad del mensaje escrito: fórmula de perspicuidad*. Tesis doctoral. Madrid: Facultad de Ciencias de la Información, UCM.
- Tapia, A. (et al) (2009). “Eficacia de los mensajes en las Redes Sociales ¿es necesaria la diferenciación de públicos?”. En FLORES, J. (dir.). *Reinventar el Periodismo y los Medios*. Madrid: Editorial Fragua. p. 57-64.

Referencias en Internet

- Moreno, M. (2016). “Facebook ya tiene 1590 millones de usuarios”. En: *TreceBits. Redes sociales y periodismo* <http://www.trecebits.com/2016/01/28/facebook-ya-tiene-1-590-millones-de-usuarios/> (consultado el 11-02-2017).
- Ungría, C. (2017). “Twitter pierde 451 millones en 2016 y frena su crecimiento de usuarios”. En *TreceBits. Redes sociales y periodismo* <http://www.trecebits.com/redes-sociales/> (consultado el 11/02/2017)