

Twitter ahora muestra las visualizaciones de los tweets

Twitter se mantiene en esa espiral constante de pruebas, cambios y noticias en la que se ha convertido durante los últimos meses.

El cambio más reciente que hemos visto es que, ahora, Twitter muestra el número total de visualizaciones de cada mensaje publicado, una información que ya podíamos ver anteriormente para nuestros propios tweets (y que se identificaba como «impresiones»), junto con datos sobre las interacciones de los usuarios con el mismo, pero que ahora ha pasado a ser visible para todo el mundo. Sí, cuando entres a Twitter (si no lo has hecho ya) y empieces a recorrer el timeline, verás que ahora bajo el mismo se muestra un icono que representa un gráfico de barras y, a su derecha, el número total de visualizaciones (que ahora han pasado a denominarse «reproducciones»).

Mencionaba al principio que durante estos meses Twitter ha cometido unos cuantos errores, pero en este caso, y aunque todo tiene sus matices, creo que nos encontramos ante un gran acierto por parte de la red social, pues da un paso al frente en lo referido a la transparencia. La mentira, por desgracia, es bastante común en Internet, y también lo es la extracción de conclusiones sesgadas en base a datos que, por sí mismos, no son suficiente para inferir los resultados deseados.

Por supuesto, dada la naturaleza de Twitter, ya hemos podido leer respuestas para todos los gustos en lo referido a esta nueva métrica pública. Los más, como casi siempre en el Twitter hispanoparlante, bromas de uno y otro tipo, como aquellos que afirman ante la diferencia de visualizaciones con respecto a «Me gustas» y retweets, afirmando que sus seguidores son un tanto «agarrados» (tacaños), pero también quienes ven en esta diferencia una corrección a la interpretación, bastante habitual, de que una cuenta con muchos seguidores y pocas interacciones acumula muchos bots en su lista de seguidores.

También hemos podido saber, gracias a un expleado de Twitter, que la red social ya estuvo trabajando en una función similar hace varios años. En aquel momento la red social pretendía ofrecer a los usuarios una señal de que sus mensajes no iban directamente «al vacío», que pese a las bajas interacciones, sí que había personas leyendo lo que publicaban. Sin embargo, tras un periodo de prueba, vieron que «la mayoría de la gente no obtuvo ninguna vista y tuvimos que tener algunos umbrales antes

de mostrarlo como ‘0 vistas’ fue deprimente»

Con información de [Muy Computer](#)