



EL MUNDO EN 140 CARACTERES

La era de los piadores

El revuelo levantado por algunos mensajes de famosos en Twitter revela que no están claros los límites de lo que puede y no puede contarse en este portal de comunicación personal. El 2011 será el año del pajarito azul.

POR JUAN FERNÁNDEZ

Internet transpira el espíritu pionero del lejano Oeste: aquí la máquina del tren también avanza mientras se colocan los raíles y es habitual asistir al lanzamiento de herramientas cuya popularidad corre más rápido que el estándar de su uso, lo que a veces provoca disfunciones. Twitter es el caso más reciente. El microblog ha experimentado una vertiginosa propagación en los últimos meses, propulsada en gran medida por la fruición con la que personajes conocidos de todo tipo han ido sumándose al invento. Pero los últimos chispazos generados en la escena pública a raíz de algunos mensajes difundidos por esta red revelan que la adicción por *twittear* está siendo más poderosa que el cálculo de riesgos de lo que allí se escribe.

En las próximas semanas sabremos si los famosos con Twitter han aprendido las lecciones de David Bisbal, Nacho Vigalondo y Álex de la Iglesia. Al cantante no se le ocurrió otra cosa que sumarse a la preocupación por las revueltas de Egipto con una reflexión pueril que provocó la burla instantánea de la comunidad *twitterera*, capaz de montar una competición de dardos envenenados en cuestión de minutos.

También con humor, pero negrísimo, Vigalondo decidió celebrar los 50.000 seguidores que había alcanzado en su cuenta arengando a su club de fans con chistes sobre el Holocausto (del tipo: «Decoraban las paredes con cuadros de Degas»). La provocación le ha costado la cancelación de la campaña de publicidad que estaba montando para el diario *El País*. Por su parte, Álex de la Iglesia aún sigue digiriendo los reproches que le hizo el mundo del cine por anunciar su dimisión como presidente de la Academia en su microblog antes de informar a la junta directiva.

Límites poco claros

Los límites de lo que se puede y no se puede decir en Twitter no parecen estar claros. «Y es normal, porque esta herramienta es muy reciente y el protocolo de su uso aún no ha sido establecido», apunta Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa y experto en internet, quien destaca las bondades que el microblog tiene como herramienta de marketing. «La duda es: ¿hasta qué punto un famoso es una marca?», se pregunta Dans. En opinión de es-

@ montserrat_tura
«No es con una carta unilateral como se organiza un debate», escribió la aspirante a candidata del PSC a la alcaldía de BCN en respuesta a la carta que Hereu envió a El Periódico.



Montserrat Tura aspira a desbancar a Hereu en las primarias.

@ hereu2011
«No tenemos ningún problema en hacer los debates que sean necesarios y en las condiciones que se crean», respondió Hereu en Twitter al reproche de Tura.



Jordi Hereu busca ser el elegido para concursar en las municipales.

EL NOMBRE

El gorgojeo que bautizó una gran red

En inglés, *tweet* significa piar. El creador de Twitter se inspiró en el gorgojeo de los pájaros para bautizar a su invento, aunque inicialmente lo llamó *twtr* (eran los tiempos en los que nombres como Flickr hacían furor en la red). Twitter nació pensado para transmitir mensajes de forma instantánea, una suerte de SMS grupal y gratuito. De ahí su extensión: Jack Dorsey, el padre de Twitter, la limitó a 140 caracteres para reservar los otros 20 para el nombre del destinatario. Su propagación ha sido tan reciente que aún está pendiente de resolverse cuál será la conjugación en castellano: hay quien le gusta decir que escribe *tweets*, y quien se considera autor de *tuits*. El uso decidirá.

te reconocido bloguero, Twitter encierra una trampa: «Provoca una falsa sensación de confort. Alejandro Sanz se siente bien escribiendo aquí porque la mayoría de las respuestas que recibe son de fans. Pero quienes le adoran menos pueden utilizar sus palabras para atacarle si mete la pata».

El propio Sanz tuvo que hacer frente a una reacción en contra de la comunidad *twitterera* a raíz de un mensaje en el que comparaba los derechos de propiedad intelectual con el derecho de los niños de África a recibir fármacos contra el sida. Ni la ironía ni la reflexión fina parecen encajar bien en los 140 caracteres que permite el microblog. «Twitter es un micrófono abierto durante las 24 horas. Si lo que vas a contar no se explica en 140 caracteres, mejor que no lo digas en Twitter, porque aquí solo falta una chispa para que estalle una bomba», señala Iván Rodríguez, *twitterero* de pro, quien ha dejado su profesión de joyero en Pamplona para dedicarse a seguir el eco que las marcas tienen en la red social.

El potencial de negocio de este instrumento aún está pendiente de ser explorado. Lo que ya nadie pone

@ andres_calamaro
«Me importa tres pepinos perder un segundo más en el baño de boludos con Blackberry», escribió para cerrar su Twitter.



@ perezverte
«Por cierto, que no se me olvide. Vi llorar a Moratinos. Ni para irse tuvo huevos», anotó el escritor sobre la despedida del ministro.



en duda es su capacidad como canal de comunicación. Políticos, artistas y marcas comerciales parecen haberlo abrazado como vía preferente para informar de sus andanzas, alterando la agenda de los periodistas, que hoy consiguen más información a través de las páginas de los personajes públicos que en sus conferencias de prensa.

Sin intermediarios

Por internet circula estos días un chiste: «Antes las noticias eran: alguien ha hecho algo. Luego vino: alguien ha dicho algo. Ahora son: alguien ha *twitteado* algo». Carlos Miguel Cortés, *twitterero* desde el 2007, ha incorporado la broma a su página VistoEnTwitter, donde recopila los mensajes más recurrentes que se vuelcan en este tipo de sitios. En opinión de este adicto a las redes sociales, el error está en mezclar los ámbitos. «Twitter muestra al personaje tal y como es, sin intermediarios, pero los periodistas se equivocan si confunden esto con una agencia de comunicación», advierte.

Si el 2010 fue el año de Facebook, todo apunta a que el 2011 será el de

@davidbisbal

«Nunca se han visto las pirámides de Egipto tan poco transitadas, ojalá pronto se acabe la revuelta». Este 'tweet' puso en marcha una campaña de burla de la comunidad 'twittera'.



David Bisbal hizo un comentario pueril sobre la revuelta egipcia.

@demimoore

Las fotos de su trasero en bragas que colgó en la red su novio la convirtieron durante unos días en la reina de Twitter.



@alejandrosanz

Comparó los derechos de los niños de África con sida a tener medicación con los derechos de los creadores.



@carles5puyol

Su romance con Malena Costa llena muchos caracteres en su cuenta de Twitter. Guiños, carantoñas, fotos...



Twitter. Al margen de su poder de convocatoria para lanzar movilizaciones sociales, como las ocurridas en las últimas semanas en el norte de África, en la esfera política ya se ha convertido en norma dirimir puntos de vista entre adversarios pajarito va, pajarito viene. «Twitter va a tener una presencia decisiva en las próximas elecciones», advierte Mar Monsoriu. Esta experta en redes sociales habla con conocimiento de causa: se dedica a impartir cursos sobre la materia y muchos de sus alumnos están siendo captados por los partidos para gestionar los microblogs de los políticos.

Nuevo error: «Twitter es personal y cercano. Cuando lo lleva un asesor, se nota», destaca Monsoriu. Lo entiende el lendakari, Patxi López, quien este pasado jueves informaba a través de un mensaje de su vuelta al trabajo después del cólico nefrítico que había sufrido. No lo entienden Montserrat Tura y Jordi Hereu, enzarzados en una batalla vía Twitter por la candidatura socialista al Ayuntamiento de Barcelona. 140 caracteres dan para informar del final de una enfermedad, pero no dan para establecer un debate político. Aunque el titular de prensa del día siguiente está garantizado. ≡

@alexdelalaglesia

La Academia del Cine no le perdona que anunciara su dimisión como presidente a sus seguidores de Twitter antes que a la propia junta directiva.



LOS CREADORES

De comunicar empleados a las revueltas



William, Stone y Dorsey.

El día que Jack Dorsey (St. Louis, EEUU, 1976) propuso a la empresa en la que trabajaba en San Francisco una solución para mantener en contacto a sus empleados no imaginaba que estaba alumbrando un sistema de envío de mensajes capaz de poner patas arriba la comunicación entre personas a nivel planetario. Pero Twitter, que nació como una alternativa gratuita al sms, hoy se ha convertido en uno de los principales protagonistas de la revolución que las redes sociales están llevando a cabo en internet.

Persuadido de la genialidad de su invento, Dorsey se alió con Evan William y Biz Stone para patentarlo y en el 2006 Twitter saltaba a la red como una suerte de microblog que compensaba con inmediatez la corta extensión de su campo de escritura. Su éxito fue tan viral como los mensajes que en él se transmiten.

Cuatro años después de su nacimiento, cuenta con 200 millones de usuarios en el mundo, que lanzan 110 millones de mensajes a diario. Su presencia ha sido crucial para activar movilizaciones sociales como las recientes del mundo árabe.

La plataforma, valorada en unos 3.000 millones de euros, dista todavía de los 500 millones de suscriptores que tiene Facebook, pero los expertos auguran que podría superar a la criatura de Mark Zuckerberg. En España hay dos millones de *twitteros*, una cifra relevante si tenemos en cuenta que fue el país donde más creció Twitter en el 2010.