



¿Qué está pasando?

Cronología

@Menciones

Retweets ▾

Búsquedas ▾

Listas ▾

60 nuevos tweets

**@gaceta** Gaceta.es

Esta foto, con la que @jkrums avisaba al mundo del ameridaje en el Hudson, marcó un antes y un después en Twitter <http://twitpic.com/135xa>
hace 20 minutos

**@intereconomia** Intereconomia

Entrevistamos a Ana Pastor, Berto Romero, Enrique Dans, Patxi López y... Barbijaputa, uno de esos perfiles anónimos que tanto éxito cosechan
hace 1 hora

**@negocios_com** Negocios.com

Además, les explicamos la jerga básica en Twitter, consejos sobre buenas prácticas o cómo hacer negocio en esta red

hace 2 horas

El triunfo de

Por encima de anécdotas, famosos ridiculizados, chistes y rumorología, Twitter se ha convertido en la herramienta perfecta para estar informado al momento de todo lo que está pasando en el mundo. Mientras comenta en directo el partido de Nadal, podrá enterarse de la última hora de las revueltas en Oriente Medio, ver imágenes del desastre de Japón o recomendar el restaurante en el que está cenando.

Carlos Ruiz-Ocaña y Javier Táuler

@elcharlas / @jtauler



@gaceta
Gaceta.es

Esta foto, con la que @jkrums avisaba al mundo del amerizaje en el Hudson, marcó un antes y un después en Twitter <http://twitpic.com/135xa>

hace 58 minutos via [Twitter](#) ☆ Favorito ↕ Retwittear ↩ Responder



GTPRES

lo inmediato

Twitter no es una red social, aunque seguramente es lo que ha escuchado hasta ahora. Olvídelo. Twitter es una red de información. Aquí no hay amigos, como en Facebook, a los que invitas o aceptas. En Twitter todo es público y todo lo que escribes puede ser leído por cualquier otro usuario en cualquier momento. Aquí simplemente hay unas personas a las que sigues y personas que te siguen a ti; son los famosos *followers*

(seguidores). Más adelante les explicamos cada uno de los términos que se utilizan en esta popular red, pero antes entendamos el por qué de la relevancia que ha tomado Twitter en sus cinco años de historia.

En marzo de 2009, en una brillante entrevista en LA GACETA, **Jack Dorsey**, el padre de Twitter, señaló el origen de la herramienta. “Desde los 15 años”, comentó, “me sentí fascinado por las ciudades. El ir y venir de las gentes y la actividad, su funcionamiento. Así que me hice con una ra-

dio de los taxis y me puse a escuchar. Me di cuenta de que podía saber dónde estaban los bomberos, policías, taxistas... Y lo conocía al instante. De ahí surgió la idea de crear una plataforma que pudiese aglutinar a todas las personas de una ciudad”.

Twitter es una herramienta para publicar en Internet mensajes cortos de hasta 140 caracteres como máximo -lo que se denomina *microblogging*-. Los temas pueden ser tan personales como la vida misma. Y van desde noticias al uso a comentarios superficiales de la *daily live*, »



Diccionario básico

- **Twitter:** Red de información en tiempo real a través del *microblogging*.
- **'Tweet':** Mensaje publicado vía Twitter con una extensión máxima de 140 caracteres.
- **'Timeline':** Su página de inicio donde aparecen las personas a las que uno sigue ordenadas cronológicamente.
- **Mención:** Cualquier actualización de Twitter que contenga @nombre de usuario en cada *tweet*.
- **'Hashtag':** Palabra precedida del símbolo # que es usada para seguir los temas clave de conversación.
- **'Followers':** Sus seguidores en Twitter.
- **Responder:** Twitter permite responder a un *tweet* con otro
- **'Retweetear':** Acto de republicar un *tweet* de otro usuario para que todos sus *followers* lo lean en su *timeline*. Se recomienda hacer un *retweet* cuando algo es interesante, divertido o importante para usted y/o sus *followers*.
- **Mensajes privados (MD o DM):** Tweets privados entre usuarios. Este tipo de mensajes sólo se pueden enviar a sus *followers*.
- **Privacidad:** En Twitter todo lo que se cuenta es público. De hecho, cualquiera puede leer a cualquiera. Ahora bien, existen algunas excepciones como bloquear y las cuentas privadas.
- **Bloquear:** Acto de bloquear a un usuario en cualquier momento, y éste no podrá ver los *tweets*, ni responder ni *retweetear*. No es costumbre hacer esta operación a no ser que haya una razón de peso.
- **Cuentas privadas:** Aquellas que requieren de autorización previa para poder seguir las. Además, son cuentas que no permiten *retweetear*. No son recomendables. Si no quiere que le lean, no entre en Twitter.
- **'Trending Topics' (TT):** Aquellos temas que por un algoritmo indican qué es lo más popular en Twitter en cada momento. Muchas veces coinciden con los #hashtags.
- **'Follow Friday' (FF):** Su objetivo es, llegado el viernes, recomendar a sus *followers* otros usuarios a los que seguir haciendo *tweets* con el hashtag #FF y explicando los motivos.

Twitter hace cualquiera a un famoso y hace famoso a un cualquiera

» promociones o comentarios personales de todo lo que ven nuestros ojos o se le ocurre a nuestro cerebro. Destaca también su uso para seguimiento de eventos en directo y en tiempo real, retransmisión de charlas o ponencias de acceso restringido.

Esta red de información pivota sobre el principio de los seguidores. De tal manera que cuando un usuario pone un mensaje (*tweet*), este aparece en el Twitter de todos sus seguidores. El diseño inicial era bastante sencillo, y con el paso del tiempo se han ido introduciendo algunas modificaciones. En abril de 2009 se añadieron en su interfaz las barras de búsqueda y de temas del momento (los conocidos *Trending Topics*), es decir, los temas más populares sobre los que se está hablando en toda la red. Otro añadido importante ha sido la de la función de subir fotos, vídeos o contenidos externos directamente a Twitter a través de aplicaciones especializadas.

200 millones de usuarios

El uso de Twitter se ha extendido con gran rapidez y ya cuenta con cerca de 200 millones de usuarios registrados en todo el mundo. Cada día se escriben 140 millones de *tweets*. La mayoría de las personas que publican mensajes son desconocidos, gente de a pie, que se convierten rápidamente en famosos. Así le ha pasado hace escasos días a **Charlie Dickenson**. A finales de mes, esta joven de 22 años se encontraba en pleno atasco en la localidad británica de Swansea. Aburrida de la espera y del embotellamiento, comentó con su novio que la casa que tenían delante se parecía a **Hitler**. Tras el comentario decidió hacerle una foto al inmueble y publicarla en Twitter. Poco tiempo después, la instantánea fue comentada por el humorista **Jimmy Carr**, que cuenta con 780.000 seguidores, y su *tweet*: "Buenos días, he aquí una casa que se parece a **Hitler**" sirvieron para que **Dickenson** fuera aupada a lo más alto de la red ese día.

Consejos y buenas prácticas

- No utilice Twitter para mantener conversaciones personales con amigos.
- No use Twitter como un mero tablón de anuncios de su marca, programa, etc.
- Lea mucho antes de escribir.
- Más importante que el número de seguidores que tiene es el número y calidad de los que usted sigue.
- Piense antes de escribir.
- Si alguien no aporta valor a su 'Timeline', deje de seguirle.
- Escriba siempre cosas que aporten valor a su 'Timeline'.
- Siga a personas concretas, no a máquinas o cuentas automatizadas.
- No le diga nada a nadie que no le diría a la cara.
- No tenga miedo a pedir perdón si cree que se ha equivocado.
- Defínase bien en la biografía y en su foto de su perfil.



Ranking de los más influyentes en España

 <p>1. Alejandro Sanz @AlejandroSanz 1.926.814 seguidores Sigue a 227</p>	 <p>11. Gerard Piqué @3gerardpique 473.520 seguidores Sigue a 56</p>	 <p>21. Rudy Fernandez @rudy5fernandez 228.310 seguidores Sigue a 52</p>
 <p>2. Real Madrid @realmadrid 1.351.154 seguidores Sigue a 13</p>	 <p>12. Sergio Ramos @SergioRamos 473.480 seguidores Sigue a 61</p>	 <p>22. MundoDeportivo @mundodeportivo 228.010 seguidores Sigue a 50.970</p>
 <p>3. David Bisbal @davidbisbal 1.252.065 seguidores Sigue a 188</p>	 <p>13. Sergio Agüero @aguerosergiokun 473.150 seguidores Sigue a 30</p>	 <p>23. Berto Romero @Berto_Romero 205.120 seguidores Sigue a 168</p>
 <p>4. Andrés Iniesta @andresiniesta8 898.110 seguidores Sigue a 27</p>	 <p>14. Xabi Alonso @XabiAlonso 461.800 seguidores Sigue a 150</p>	 <p>24. MARCA @marca 159.280 seguidores Sigue a 524</p>
 <p>5. Carles Puyol @Carles5puyol 792.820 seguidores Sigue a 29</p>	 <p>15. FC Barcelona @FCBarcelona_cat 436.350 seguidores Sigue a 24</p>	 <p>25. Dani Martínez @danimartinezweb 157.350 seguidores Sigue a 102</p>
 <p>6. Cesc Fàbregas Soler @cesc4official 649.670 seguidores Sigue a 51</p>	 <p>16. Andreu Buenafuente @Buenafuente 366.070 seguidores Sigue a 190</p>	 <p>26. la información @la_informacion 154.960 seguidores Sigue a 570</p>
 <p>7. FC Barcelona @FCBarcelona_es 611.770 seguidores Sigue a 22</p>	 <p>17. Alvaro Arbeloa Coca @arbeloa17 260.340 seguidores Sigue a 299</p>	 <p>27. Jorge Lorenzo @lorenzo99 148.010 seguidores Sigue a 137</p>
 <p>8. Muy Interesante @muyinteresante 589.430 seguidores Sigue a 87</p>	 <p>18. elmundo.es @elmundoes 260.060 seguidores Sigue a 405</p>	 <p>28. Applesfera @applesfera 147.110 seguidores Sigue a 9</p>
 <p>9. MTV España @mtvspain 512.320 seguidores Sigue a 348</p>	 <p>19. Miguel Bosé @BoseOfficial 234.180 seguidores Sigue a 2</p>	 <p>29. Alberto Contador @albertocontador 138.020 seguidores Sigue a 29</p>
 <p>10. ELPAIS.com @el_pais 482.610 seguidores Sigue a 46.290</p>	 <p>20. Ricky Rubio @rickyrubio9 228.940 seguidores Sigue a 29</p>	 <p>30. Enrique Dans @edans 129.420 seguidores Sigue a 151</p>

Twitter es además una fuente de información tan colosal como inmediata. En este sentido, uno de los hitos más importantes fue la imagen que un usuario subió desde su iPhone en enero de 2009 del amerizaje del Airbus A320 de US Air-

ways en pleno río Hudson. Muchos consideran este acontecimiento un punto de inflexión, un antes y un después en la historia de Twitter. Porque donde no llegaron los medios de comunicación, ni los satélites, ni las cámaras vigía sí llegó

un viandante neoyorquino, que dio la voz de alarma a todo el planeta. La vida de 151 personas estaba en peligro y las autoridades pudieron actuar con rapidez al conocer la noticia gracias a Twitter. Esta plataforma también ha servido para »

Tribuna

La revolución de Twitter

Eduardo Arcos / @earcos



Pocos son los servicios que nos han cambiado los hábitos de comunicación de forma tan radical. Pocos son los servicios que han tenido tanto impacto en la sociedad que se han convertido en verdaderas plataformas de comunicación. En Twitter cabemos todos, literalmente: ciudadanos, medios de comunicación, empresas y hasta los departamentos de comunicación de gobiernos y gobernantes. Nadie se queda fuera.

Desde las épocas en que nos sorprendíamos unos cuantos *nerds* por enterarnos en tiempo real de un sismo en la Ciudad de México, pasando por aquel momento en que nos dimos cuenta de su valor informativo al enterarnos en inmediatamente del incidente del avión en el río Hudson, hasta las revueltas y revoluciones en países árabes al norte de África y oeste de Asia. Twitter está cambiando la forma en que miramos al mundo, interactuamos con las personas y nos enteramos de lo que pasa en nuestra ciudad, en nuestro país o en otro continente.

La masificación de Internet, de dispositivos móviles, de conexiones de alta velocidad y la inmensa popularización del desarrollo de aplicaciones que funcionan desde el navegador web (que podemos usar sin necesidad de instalar un software en nuestros ordenadores) han sido los ingredientes claves para la creación de un ecosistema en el cual Twitter tiene sentido, es muy usado y se ha vuelto sumamente importante: no sólo representa el éxito en el uso cotidiano de las herramientas tecnológicas, sino un triunfo como sistema que permite la mejor comunicación de nuestras sociedades.

Twitter (y otras plataformas sociales) han creado el efecto de "ciudad pequeña". Al igual que en un pueblo de menos de mil habitantes, estamos enterados, en tiempo real, de qué pasa en el mundo, ya sea con un amigo a miles de kilómetros de distancia o la última novedad anunciada por alguna empresa tecnológica. La información, condensada y concretada en 140 caracteres, o menos, nos llega en tiempo real a las pantallas de nuestro ordenador, al teléfono móvil, o inclusive la TV.

8 CLAVES PARA COMPRENDER TWITTER

Enrique Dans
@edans



Patxi López
@patxilopez



¿Qué es?	El pulso de la actualidad del mundo a todos los niveles, en píldoras comprimidas de 140 caracteres.	Una inagotable fuente de información. Te conectes cuando te conectes, siempre hay alguien comentando un hecho noticioso.
Lo mejor	La inmediatez, la sensación de conexión permanente con todo lo que se mueve.	La inmediatez y la oportunidad de compartir conocimiento; de leer cosas a las que no accederías por otras vías.
Lo peor	La gente que "dispara desde la cadera". Y me incluyo.	El ruido que se genera en ocasiones con algunos temas intrascendentes y que impide llegar a lo realmente esencial.
Un momento especial que recuerde	El día en que se lanzó el manifiesto por los derechos fundamentales en la red, o cuando se disolvió la neutralidad de la Red en el Senado...	Cuando convoqué a la manifestación en contra del asesinato de Eduardo Puelles a través de Twitter. La respuesta fue inmediata.
Un consejo para los iniciados	Mantén la lista de gente que sigues por debajo del número de Dunbar. Y revisala con frecuencia: dejar de seguir a alguien no es un insulto.	Que escuchen antes de escribir. Y que sean ellos mismos. Que sigan a quien quieran, que escriban lo que quieran y <i>retwitteen</i> lo que les guste.
¿Quién te hizo especial ilusión enterarte de que te seguía?	Bastantes, imposible enumerar. A veces te hace ilusión por la persona, otras por el significado de su presencia en Twitter.	Entre los últimos, Ana Pastor (@anapastor_tve). Gran periodista y activa <i>twitera</i> .
¿Qué tipo de personas o perfiles sigues tú?	Me gusta seguir a personas que conozco en el ámbito de lo personal. Leo sus actualizaciones de forma diferente.	Últimamente estoy viendo por aquí a viejos amigos de la política y a muchos periodistas, lo que está enriqueciendo enormemente el TL.
Qué cambiaría ?	Que los DM se pudiesen contestar por DM aunque la persona no te siga: si inicias una conversación, debes poder continuar así.	Me gustaría que estuviese en euskera. Recientemente se creó una bonita iniciativa reclamándolo: http://act.ly/35s .



<p>Ana Pastor @anapastor_tve</p> 	<p>Berto Romero @Berto_Romero</p> 	<p>Barbijaputa @Barbijaputa</p> 
<p>Para una periodista, una herramienta de comunicación</p>	<p>Una red social de intercambio de mensajes de un máximo de 140 caracteres.</p>	<p>Es una especie de <i>microblogging</i>, mucho más dinámico y fluido que un <i>blog</i>, donde además es imposible no ponerse al día de la actualidad.</p>
<p>Poder recibir últimas horas y ofrecerlas.</p>	<p>Es rápida y directa. Y te devuelve lo que le ofreces.</p>	<p>La cantidad de información (con el añadido de poder incluir <i>links</i> directos a las fuentes) que recibes sobre los temas que más te interesan.</p>
<p>Los rumores.</p>	<p>No se lleva bien con los matices y la sutileza.</p>	<p>Twitter no proporciona lo que otras aplicaciones externas sí, como las que te informan de la repercusión de tus <i>tweets</i>. Y suelen ser de pago.</p>
<p>Conocer a través de esa red las revueltas de Túnez y Egipto.</p>	<p>Ver las polémicas de famosos metiendo la pata con los medios de comunicación tradicionales aprovechándolo. Perdí mi inocencia en Twitter.</p>	<p>Cuando le dije a Santiago Segura que me alegraría de que se estrenara <i>Torrente</i> porque así dejaría de promocionarse en Twitter. Me insultó.</p>
<p>Lanzarse.</p>	<p>Comparte.</p>	<p>Seguir a la gente idónea dependiendo de sus gustos. Hay buenos <i>twiteros</i> en todos los campos. Es fundamental esto para aprovechar Twitter.</p>
<p>Antonio Basagoiti.</p>	<p>La verdad es que me hace más ilusión seguir que ser seguido, aunque agradezco los <i>follows</i>.</p>	<p>Me uní a Twitter sólo para hacerme seguidora de José A. Pérez, el autor de <i>Mi mesa cojea</i>. Así que, creo que su <i>follow</i> fue el más especial.</p>
<p>Periodistas y medios.</p>	<p>Que me aporten. Gente de la cultura y el humor, de la ciencia, la tecnología, el periodismo y el arte. Y anónimos que hacen buenos <i>tweets</i>.</p>	<p>Periódicos, periodistas, humoristas... pero sobre todo, anónimos con criterio y sentido del humor, cada uno su estilo, pero todos geniales.</p>
<p>La limitación del espacio.</p>	<p>Nada. Bueno, me gustaría que no estuviera tan de moda y que no se le prestara tanta atención.</p>	<p>Le daría más capacidad de almacenaje, la posibilidad de saber quién te <i>retwittea</i> o marca como favorito tus <i>tweets</i></p>

En marzo de 2011 se alcanzó la cifra histórica de 1.000 millones de 'tweets' a la semana

» obtener información tras el terremoto de Haití o el de Japón a comienzos de este año. Al mismo tiempo, ha demostrado su gran eficacia para la movilización de miles de personas, como se ha visto en los levantamientos populares en Egipto y Túnez.

Las perversidades

Pero todo *Doctor Jekyll* tiene su *Mister Hyde*. Las noticias falsas y rumores que deambulan por Twitter son su máximo exponente. Información no contrastada y carente de veracidad como en ocasiones también aparece en los medios tradicionales. El problema es que Twitter transmite con la misma rapidez tanto la verdad como la mentira. El caso paradigmático de este hecho son los anuncios de fallecimientos ficticios de famosos. El último en *morir* ha sido **Jackie Chan**. El rumor saltó el 1 de abril, fecha conocida en el mundo anglosajón como *April Fools' Day*. En un *tweet* publicado ese día se decía que el luchador de artes marciales había muerto por un ataque cardíaco. **Chan** pasaba así a engordar la lista de famosos *muertos falsos* junto a **Charlie Sheen**, **Owen Wilson**, **Zach Braff**, **Lindsay Lohan** o **Morgan Freeman**. En ocasiones Twitter también se utiliza para difundir rumores como los de infidelidad entre **Sarkozy** y **Carla Bruni**. O para castigar comentarios hirientes o fuera de tono como los de **Pérez-Reverte** sobre el ex ministro **Moratinos**.

El flujo de comentarios es enorme. En marzo de este año Twitter alcanzó la cifra histórica de 1.000 millones de *tweets* a la semana. Tras conocer la noticia, **Dorsey**, dijo al respecto: "No imaginamos jamás que lograríamos esto. La manera en que va creciendo es muy rápida, cada semana, cada día crecemos". La sencillez y la actualización en tiempo real son dos de las principales claves de triunfo de la herramienta. Prueba de ello son también los ingresos de 150 millones de dólares cosechados en 2010. ■

Tribuna

Twitter para periodistas

Marilín Gonzalo / @marilink



Twitter es una gran fuente de pistas informativas: a estas alturas de eso no cabe ninguna duda. Con 200 millones de usuarios lanzando 130 millones de tweets diarios, se ha convertido en una gigantesca red de alertas mundial. Un uso eficaz de Twitter es fundamental para cualquier periodista, por lo que apunto aquí algunas claves para ellos:

-Abre una cuenta ya: Twitter es un buen termómetro de la actualidad. Si tu materia prima es la información, lo raro es que no estés ya allí.

-Escucha: los medios han estado desde siempre acostumbrados a ser emisores únicos y a controlar la información. Olvídate de eso. La información seguirá siendo la reina: tu protagonismo no interesa. En Twitter hay códigos nuevos y necesitarás aprender a escuchar.

-Chequea fuentes: un periodista tiene una responsabilidad con la información que emite y deberíamos chequear datos antes de distribuirlos. Evidentemente no siempre podremos llamar por teléfono al protagonista de la noticia, pero hay otros métodos: desde contactar con la fuente mediante mensaje directo o *reply* en Twitter hasta buscar la información fuera para confirmar de dónde proviene. Otro consejo: nunca *retweetees* un enlace sin haber comprobado a dónde te lleva.

-Da crédito: Decir el origen de tus datos es parte importante de esa información, y permite seguir completando la noticia. *Retwitea*, di cómo te enteraste de algo, dónde estás. Si mencionas a alguien y tiene Twitter, pon su *nick* en vez de su nombre, porque así creas un enlace a su perfil. Ojo: cuando nombras así a alguien, le envías una notificación y leerá lo que escribas. Bienvenido al mundo de la conversación: ya nadie tiene el control de la noticia, pero eres responsable de lo que dices.

-Sé -más que nunca- claro, conciso, directo: lo que tengas para decir debe caber en 140 caracteres; si son menos, mejor, porque así tu mensaje será *retuiteable*. Quita adjetivos, simplifica, busca la palabra precisa. Recorta hasta hacer que cada palabra de tu *tweet* sea imprescindible.

Cómo hacer negocio

Una de las preguntas que se hacen, tanto *twitteros* como empresas, es cómo se puede rentabilizar el éxito de esta herramienta

Una de las preguntas que se hacen, tanto *twitteros* como empresas, es cómo se puede rentabilizar y monetizar el éxito de Twitter. Todo apunta, y ya se está haciendo, a que pasará por la fórmula de patrocinar *tweets*. Es decir, que las empresas paguen a los *twitteros* por hablar bien de su marca en Twitter.

En EE UU es una práctica ya iniciada y en España está aterrizando a través de empresas especializadas que ponen en contacto a empresas anunciantes y *twitteros*. Un de esas firmas es Zync.es, a través del proyecto *Twync.es*. Su director general, Yago Arbeloa, nos explica que "el modelo en EE UU ha funcionado bien y pensamos que es una manera de que los *twitteros* rentabilicen el tiempo que pasan en Twitter. Es una manera de unir oferta y demanda".

Sin embargo, este modelo de *tweets* patrocinados es un arma de doble filo, puesto que a los usuarios de Twitter les gusta seguir a personas que aporten con-

tenido interesante y el abuso de mensajes publicitarios puede ser contraproducente. En este sentido, Arbeloa, *twittero* activo, recuerda que "los *followers* no se ganan poniendo publicidad, si no aportando valor con los *tweets*".

Otra empresa española que ya trabaja en esta misma fórmula es ADman media, que permite que las recomendaciones que los usuarios hacen constantemente en los *social media* adquieran interés. Gracias a un sencillo programa, los *twitteros* ven recompensados económicamente sus recomendaciones en las redes sociales.

Marcos Luengo, director general de ADman media, afirma: "Nuestra oferta ha sido muy bien recibida entre los anunciantes más importantes de España, ya que se valora como una forma muy natural de hacer recomendaciones de sus marcas y productos en las redes sociales, y además de forma medible".

Intereconomía en las redes

El grupo Intereconomía ha decidido dar un paso más en su apuesta por las redes sociales y de información. Aunque todos sus medios llevan tiempo presentes en las principales redes, a partir de ahora se plantea como un objetivo estratégico ver estas herramientas como un medio más, como un quinto pilar en colaboración con los tradicionales medios de prensa, radio, televisión y web. YouTube, Facebook y de manera especial Twitter, serán vías de comunicación directa con nuestra audiencia y nuestros lectores, y todo ello apoyado por nuestra propia comunidad de



Carlos Ruiz-Ocaña es el nuevo community manager del grupo Intereconomía.

usuarios en *Intereconomia.com*. Carlos Ruiz-Ocaña, nuevo community manager del grupo Intereconomía, considera que "una de las señas de identidad de Intereconomía siempre ha sido la información al momento y herramientas como Twitter

pueden permitir a nuestros redactores enviar las noticias de manera directa e inmediata a todos nuestros seguidores". En este sentido, el grupo ha puesto en marcha en Twitter la cuenta @gacetadirecto para coberturas en directo de eventos de especial relevancia.

SÍGANOS EN...

@gaceta
@intereconomia
@negocios_com

Y todos nuestros medios, periodistas y programas en @intereconomia /intereconomicos