



OPINIÓN

Enrique  
Dans

## 'Pinteresante'

Un nuevo esquema de red social basado en lo gráfico está atrayendo desde hace un tiempo bastante atención: se llama Pinterest, y parece estar destinada a ganarse un hueco en un panorama al que no le falta intensidad competitiva.

La filosofía de uso es tan simple como un botón en el navegador que permite, en cualquier página, seleccionar una ilustración de cualquier tipo o un vídeo y pincharlo, a modo de tablón de corcho, junto con una nota corta de texto. Los usuarios pueden crear cuantos tableros quieran, separados generalmente por área temática, y almacenar cronológicamente en ellos sus colecciones gráficas, proporcionando una recopilación visual que permite, en un solo vistazo, orientarse bastante bien. Además, se puede seguir a otros usuarios o a sus tableros concretos, compartir ilustraciones de otros usuarios (repin o, en castellano imposible, *repinnear*), enviar a Twitter o Facebook, o subir fotografías desde un iPhone.

Según las estadísticas que reporta Google, el público de Pinterest es alrededor de un 80% femenino, de entre 25 y 45 años, y con buen nivel de estudios. Un perfil que parece responder a una mayor facilidad para la organización visual del cerebro femenino, pero que seguramente está detrás de la elevada valoración de la compañía, que le ha permitido captar ya veintisiete millones en capital riesgo con un crecimiento fulgurante desde el millón de usuarios en agosto hasta los casi cinco millones actuales.

Desde que empecé a *pinnear* noticias de tecnología (uno es animal de costumbres) a un tablón y mis entradas del *blog* a otro, ya veo un interesante nivel de actividad tanto dentro de la propia red como en su calidad de referente de tráfico, al tiempo que veo usuarios (o más habitualmente, usuarias) que mantienen decenas de tableros dedicados a las áreas temáticas más diversas. En la curva de difusión, parece que Pinterest ha despegado ya de manera bastante clara. Pronto, en una pantalla cerca de usted...

Profesor de  
IE Business School