

# TWITTER, O LA VIDA

**Una de las tecnologías de mayor crecimiento en Internet, apuesta a la inmediatez y la brevedad. Por qué la usan políticos y artistas. ¿Es la consagración del vacío, un reality inútil o el medio de comunicación del futuro?**

*Por* SEBASTIÁN CATALANO

**D**ESPUÉS DEL CIVIL, DEL FESTEJO FAMILIAR EN UNA PARRILLA DE Almagro, del tradicional brindis y la torta, justo cuando el sol de ese viernes de septiembre empezaba a apagarse, Marina encendió su smartphone y Fernando la computadora. Se loguearon, escucharon las preguntas del “ministro” de ocasión y dijeron “Sí”. Escribieron “Sí”. “Sí quiero”, tipieron, ante algunos amigos y familiares y unos 200 testigos virtuales que siguieron la ceremonia online. Alguno de estos últimos tiró arroz en su casa, solo frente a la pantalla. “Como no nos íbamos a casar por ninguna religión, decidimos casarnos por Twitter”, explica Marina Talibero, 29, publicitaria, “nerd” reikista y chef amateur. Ella y su ahora esposo, Fernando de Lamadrid —“el extraño resultante de un padre abogado, nihilista y admirador de la filosofía oriental, y una madre arquitecta que reniega de su papel de ama de casa”, según él mismo—, se convirtieron en la primera pareja argentina (del mundo, sospechan ellos) que se casó en vivo y en directo usando el último chiche de Internet, el sistema online que tenía 475.000 usuarios a comienzos de 2008 y que va a terminar 2009 con más de 20 millones. El nuevo éxito de las redes sociales. Herramienta tecno que le dará pronto el tiro de gracia al hasta ahora rey e-mail. Nuevo y revolucionario medio de comunicación. Reality inútil en el que todos mueren por mostrarse y nadie escucha. El Facebook cheto. La mayor estupidez de la Red, la consagración del vacío. La nada misma. Todo eso se dice de Twitter.

# EN 140 CARACTERES

update



¿Pero qué es Twitter? Para empezar, un microblog. La mínima expresión de la moda bloguera que revolucionó el mundo virtual de la mano de la democratización de los contenidos. La palabra “twitter” puede traducirse como “gorgojeo” o “parloteo”, y el logo del sitio es un pajarito azul con pinta de parlanchín. El site twitter.com, despojado y celeste, propone responder a la pregunta “¿Qué estás haciendo ahora?”, aunque esa consigna haya mutado a cualquier cosa que se le ocurra a quien escriba. Como sea, los textos que se ingresan —“tweets”, en la jerga— no pueden superar los 140 caracteres (20 menos que un SMS), unas 25 palabras. Cada usuario, identificado por una arroba seguida por su nick (@BarackObama, por ejemplo), elige a qué usuarios “seguir” o leer. Y otros podrán “seguirlo” a él o ella.

HAY UN AVIÓN EN EL RÍO HUDSON. SOY una de las personas en el ferry que irá a rescatarlos”, escribió desde su iPhone Janis Krums. Ocurrió en enero pasado, cuando un Airbus de US Airways acuaticizó en el río que bordea Manhattan. Ésa es, hasta el momento, la bandera más mediática de la inmediatez twittera. Hay otras: las denuncias por la represión luego de las elecciones en Irán, el ejecutivo de Yahoo! que contó, paso a paso, cómo lo despedían y el avance de la gripe A(H1N1). El Palmeiras echó a su DT Vanderlei Luxemburgo porque se le escapó online que el club iba a vender al delantero Keirrisson.

“Es revolucionario porque es comunicación en estado puro. A medida que crece, se convierte en el sistema nervioso central de nuestra sociedad conectada”, asegura a NEWSWEEK, desde España, Enrique Dans, experto en management, profesor de Sistemas de Información de la IE Business School madrileña y autor de uno de los blogs en español más leídos. Dans cree que el sistema impacta en los medios, ya que funciona como una suerte de “último momento” en el que no vale tanto la información procesada sino la rapidez y síntesis con que los hechos son contados.

“Las noticias se publican antes en Twitter que en los portales informativos, la radio y la TV, justamente porque millones de ‘corresponsales’ nos cuentan qué están viendo”, explica María Elena Brizuela, del Colegio Universitario de Periodismo de Córdoba, quien afirma que hay tres ejes que potencian a Twitter como plataforma de comunicación: simpleza, movilidad y ubicuidad.

Para “Conz” Preti, una de las féminas más populares de la blogósfera vernácula, el se-



**ESPOSOS ONLINE:** Marina Talibero y Fernando de Lamadrid se casaron por Twitter.

creto está en la dinámica de lo instantáneo. “Si yo veo algo por la calle que me llame la atención lo twitteo”, resume. “Una vez, un amigo vio cómo robaban a una señora y pidió por Twitter que llamaran al 911. Yo fui testigo de una pelea dentro de bar, conté todo en vivo y mis contactos estuvieron pendientes de lo que pasaba”.

Así las cosas, un día Obama ganó las presidenciales en EE. UU. Y como todos hablaron de su sólida estrategia virtual, aquí nadie quiso quedarse afuera. En las legislativas de junio, fueron pocos los políticos argentinos sin perfil en Twitter. Algunos siguen estando,

aunque es muy poco probable que sean ellos, en persona, los autores de los tweets.

Antes que hacerlo por otros medios, Francisco de Narváez, que tiene 3.018 seguidores, pidió perdón en Twitter por su exabrupto de la semana pasada, cuando dijo “Me agradecen por haberles roto el culo a los Pingüinos”. Mauricio Macri (2.167) “estalló” online el pasado 17 de septiembre, cuando Diputados dio media sanción a la Ley de Medios. “Qué les pasa a Binner y al socialismo. Qué le pasa a Solanas, ¡se volvieron todos fachos! No pueden haber aprobado tamaño disparate de Ley de Medios”,



“Es una tontería que seamos una élite. **Twitter es tan fá**

se indignó el jefe de Gobierno porteño desde su Blackberry. Su compañera Gabriela Michetti (1.697) también se enoja online, en este caso por el caso del espía *Ciro James*. “Tengo mucha sensación de bronca con el nefasto tema del ‘espía’. Insisto: ¿por qué nadie del Gob. Nac. da explicaciones? ¿por qué nosotros sí?”, escribió esta semana. Pino Solanas (498), Martín Sabbatella (1.034), Carlos Heller (1.055) y Mario Das Neves (436), o quien quiera que escriba por ellos, tienen presencia diaria. “Mañana presentaremos, ante la Corte Suprema de Justicia, una demanda por la inconstitucionalidad del impuesto al cheque”, avisó el gobernador chubutense el martes 27. Julio Cobos (327) y Daniel Scioli (167) tienen poca actividad y pocos seguidores; y los sitios que llevan los nombres de Néstor y Cristina Kirchner, Aníbal Fernández y Elisa Carrió son falsos. Hermes Binner, Carlos Reutemann y Eduardo Duhalde ni figuran. El diputado porteño Diego Kravetz es uno de los que aburrieron rápido. Su último tweet es de abril y reconoce: “Soy un dejado 2.0: 110 mensajes sin leer, sin actualizar estado desde el 28 de febrero...”.

La necesidad de concisión bien podría ser un problema para quienes disfrutan explicándose. Pero para el filósofo Alejandro Rozitchner (1.071) es todo lo contrario, porque representa la posibilidad de pensar en directo. “Twitter te enseña a escribir. Te obliga a ir a lo concreto. La característica del filósofo neurótico son las mil vueltas para no decir nada. El filósofo curado disfruta del desafío de la brevedad. Es una experiencia sensorial”, explica el asesor de Macri.

No todo es política: las estrellas también gorgojean. Y en este caso sí parecen ser ellos mismos quienes escriben, al menos en la mayoría de los casos. Tan es así que muchos estudios de Hollywood prohíben por contrato a sus actores que tuiteen sobre los films en los que trabajan: no quieren filtraciones. Mike Myers y Cameron Diaz, las voces de *Shrek*, por ejemplo, son dos de los “silenciados”. El actor Ashton Kutcher, Oprah Winfrey y el ciclista Lance Armstrong son tres de los reyes de Twitter, con 3,8, 2,4 y 2,1 millones de seguidores, respectivamente.

En el país, no abundan las celebrities tuiteras. Hay varios periodistas, algunos medios y, desde EE. UU., se destacan los basquetbolistas Manu Ginóbili y Fabricio Oberto. “Por hacer bien las cosas rechacé una propuesta para ser portada de *Interviú*... ¿y que hicieron? ¡¡Me robaron las fotos!!”, denunció allí la modelo Zaira Nara, el 5 de octubre.

TWITTER NACIÓ EN 2006, Y LOS QUE

busquen la historia hollywoodense de sus comienzos se van a quedarse con las ganas. No se trató de universitarios que estuvieron en el lugar y el momento ideales (como pasó con los ideólogos de Google y Yahoo!), ni de herramientas surgidas de la vida cotidiana en la segunda ola de Internet (como Facebook o YouTube). Acá es más simple: techies que trabajaban en una empresa techie de Silicon Valley, a los que se les ocurrió una vuelta de tuerca techie. Jack Dorsey, Evan Williams y Biz Stone son los que inventaron la criatura y quienes surfean a diario una ola gigante en la que se mezclan información y datos que expli-

EK Daniel Lyon (ver columna en la pág. 40).

Un reciente estudio de Pew Internet, en EE. UU., indica que uno de cada cinco internautas estadounidenses usa Twitter. Es el doble de lo que indicaba la misma encuesta hace un año. Allí, el usuario promedio tiene 31 años. Pear Analytics, en tanto, asegura que estudió el servicio en detalle durante 15 días para entender para qué se lo utiliza. Conclusión: un 40,5 por ciento de lo que se escribe es “cháchara inútil”, un 37,5 por ciento es conversación (el viejo y querido chat) y sólo un 8,7 por ciento es información de valor. La consultora Comscore dice que Twitter está estancado desde junio, con un número de usuarios únicos que cayó un 0,17 por ciento en septiembre, y Nielsen Online, que mide el tráfico en Internet en EE. UU., asegura que más del 60 por ciento de los usuarios de Twitter dejaron de usar el servicio un mes después de inscribirse. Como se ve: datos para todos los gustos.

Si bien no hay información oficial, se calcula que en la Argentina hay unos 5.000 usuarios. Según una encuesta realizada por un twittero local, más del 70 por ciento son hombres y casi la mitad viven en Capital.

“La sensación de que hay poca gente es completamente errónea”, asegura Dans. “En EE. UU. se usa en programas de televisión para dotarlos de interactividad, desde magazines hasta profundos debates políticos”. Rozitchner tampoco da crédito a los detractores. “Siempre hay miradas angustiadas y críticas de todo. Representan el miedo a las cosas, a la vida, a lo nuevo, a lo abierto. Son la ignorancia magnificada como falsa inteligencia”, afirma.

UN DÍA APARECIÓ UN TWITTER ARGENTINO. Como el original no está aún en español, a Martín De Lío, un joven de 19, se le ocurrió armar uno. Lo bautizó Birdi.com y lo hizo a imagen y semejanza de Twitter. En este caso, lo de imagen y semejanza es literal. Birdi tenía el mismo color, una tipografía muy, muy, similar y el mismo pajarito del logo que el de su inspiración. Salió en los medios y creció exponencialmente: hoy tiene unos 12.000 usuarios en la Argentina, Chile y otros países de la región. Todo iba bien hasta que los abogados de Twitter averiguaron el teléfono de Martín. “Un poco les molestó el parecido... y yo me asusté un poco, también”, cuenta. Muy rápido, Birdi tuvo que hacer cambios “estéticos”. Chau al pajarito; hola, trébol. Todo lo que antes era azul, ahora es verde. A pesar de todo, De Lío está contento: dice que sólo invirtió tiempo para poner online su Twitter argentino y que, por ahora,

#### QUÉ ESTOY DICIENDO...



**MACRI.** “Visité las obras del Colón. Van muy bien, un trabajo espectacular de restauración. ¡Todo hecho por expertos argentinos!”. (9/10).



**ROZITCHNER.** “Progresismo: podés ser delincuente, ineficiente, generar pobreza, pero si decís que lo hacés por los pobres está bien”. (26/10).



**GINÓBILI.** “Se sufrió pero clasificó ARG. Felicitaciones al equipo y todo lo mejor para el Mundial”. (5/10)



**SHAKIRA.** “Tantas cosas interesantes en el mundo, ¡y hay quienes prefieren inventar que me hice una cirugía de nariz!”. (2/10).

can las razones de un éxito desbordante con otras que les auguran un pronto fracaso. Es que Twitter tiene casi tantos promotores como detractores, y si aún no hay mucho consenso a la hora de definir qué es y para qué sirve, lo hay mucho menos cuando se habla de su modelo de negocio. Las opciones: publicidad, cuentas pagas, servicios premium... sumar usuarios para vender el servicio a firmas mayores como Google o Microsoft. Mientras se deciden, no parece irle mal a este trío: llevan recaudados más de US\$ 50 millones de fondos en rondas de inversión, y su empresa está valorada en US\$ 1.000 millones. “Descartar el potencial de Twitter sería como mirar la tele en 1948 y calificarla como una moda más”, asegura el columnista de NEWSWE-

“cil que a veces eso complica”, dice un organizador de TwittBaires.

# Lo absurdo del pájaro azul

Por DANIEL LYONS

EL COMEDIANTE ESTADOUNIDENSE Dane Cook cree que está desarrollando un estilo propio con la catarata de comentarios que publica en Twitter, el microblog que permite enviar mensajes de hasta 140 caracteres a cualquiera que se declare “seguidor”. Y los fans de Cook reciben una interminable colección de ocurrencias. “Acabo de cortarme el pelo. Cuando terminó me preguntó: ‘¿Le pongo algún producto?’. Respondí: ‘¿Qué tal un lácteo?’”. O bien: “El futuro está abierto de par en par. Es una prostituta”. Sus comentarios son tan insulsos y antipáticos que revelan, varias veces al día, su escaso talento. Sólo provoca una fascinación morbosa, como la vergonzosa emoción de ver un programa de lucha profesional. Todos sabemos que es basura. Pero no podemos dejar de mirar. Es por eso que llegué a la conclusión de que, entre todas las infernales bacterias que infestan el pantano de Internet, Twitter podría ser la más exitosa de todas. Y no a pesar de su estupidez, sino debido a ella.

Twitter se convirtió en el patio de recreo de una runfla de imbéciles, burdos comercializadores, atolondrados famosos de ínfimo nivel que buscan atención: Shaquille O’Neal, Kim Kardashian, Ryan Seacrest. Por supuesto que también hay gente seria que usa el servicio, como los políticos George Stephanopoulos y Al Gore, e infinidad de compañías de publicidad y bloggers recurren a Twitter para enviar vínculos de los artículos que publican. Pero la mayor parte de lo que sale de Twitter es basura. Un reciente estudio concluyó que un 40 por ciento de los mensajes son “palabrería sin sentido”.

Ahora bien, demos un vistazo a la televisión: gordos que bailan, desafinados que cantan. Pasa en buena parte de los países del mundo. Es evidente que la estupidez es una venta segura y que Twitter logra ser más estúpido que la televisión. ¡Es tan estúpido que resulta genial! Nadie que tenga un coeficiente intelectual superior a 100 puede tener el menor interés en lo que dice el actor Ashton Kutcher o la actriz Ashlee Simpson. Y sin embargo, Kutcher

tiene 3,5 millones de seguidores en Twitter, mientras que Simpson presume de 1,5 millones. ¿Quiénes son esos millones de personas? Si usted es inversor de Twitter, responderá: “No tiene importancia. Kutcher y Simpson son unos payasos, pero generan más público que un montón de programas de TV”.

Hace una década, los eruditos mediáticos decían que la “interactividad” sería la nueva tendencia importante, pero resulta que el entretenimiento interactivo consiste en cosas como Twitter, donde uno no sólo puede mirar a los demás, sino también tener su propio canal. En ese sentido, podríamos afirmar que Twitter es superior a la televisión, pues ofrece un tipo de entretenimiento que la pantalla chica no puede brindar.

Twitter comenzó a operar hacia el año 2006, pero recién cobró impulso a principios de este año, cuando la presentadora de la televisión estadounidense Oprah Winfrey empezó a utilizarlo. En agosto, el sitio había captado 25 millones de visitantes, contra dos millones el año anterior (cifras de Nielsen). Twitter

apenas recibe algo de dinero, pero reunió US\$ 55 millones en fondos de financiamiento, y algunos afirman que la empresa podría exceder el precio de US\$ 1.000 millones en la eventualidad de una adquisición. Hasta hace poco, pensábamos que cosas así sólo se veían en Silicon Valley, pero Twitter reúne un auditorio enorme en una época en la que el público de otros medios va en decadencia. Descartar el potencial de Twitter sería como mirar la tele en 1948 y calificarla como una moda más.

Un día, tal vez antes de lo que creemos, Twitter comenzará a presentar publicidad en su red. Los ingresos serán apenas perceptibles, pero Twitter sobrevivirá con esos centavitos porque, a diferencia de una red televisiva, no tiene que pagar por los contenidos.

¿Qué importa que el que escriba sea un humorista muy poco gracioso? Los inversionistas de Twitter reirán a carcajadas mientras leen los resúmenes de sus cuentas bancarias.



¿BASURA?: Un 40%, “palabrería sin sentido”.

gasta apenas \$ 100 por mes para que una empresa lo aloje en sus servidores. Ya lo llaman para publicitar, y hasta la presentadora de la TV estadounidense Ellen DeGeneres, otra de las “estrellas” de Twitter, con 3,6 millones de seguidores, abrió su cuenta para practicar español. Y hay más en la “twittósfera” local. TwittBaires es un evento social en el que los usuarios locales se reúnen para dejar un rato de lado la virtualidad y verse las caras. “Van unas 100 personas. Charlamos... es muy descontracturado”, dice Román Pellegrino, uno de los organizadores. Pellegrino, que reconoce que está 12 horas diarias, o más, conectado a la red social, está algo preocupado por esa idea de que los usuarios de Twitter son “diferentes”. “Es una tontería que seamos una élite. Lo que pasa es que Twitter es tan simple que a veces eso es lo que lo complica. El primer día quizás no te diviertas: si vas a probarlo, hacelo por cinco días”. Fue en una reunión de TwittBaires, charlando con amigos twitteros, donde Marina y Fernando decidieron casarse online.

Twitter es todo lo que cada usuario quiere que sea, dicen los twitteros a coro. Tanto, que ni siquiera hace falta ingresar al sitio para utilizarlo. Con sólo bajar programitas gratuitos como Tweetie, TweetDeck, TwitterFox o

Hay estudios que dicen que casi el 50 por ciento de lo que se escribe en Twitter es “cháchara inútil”.



TwitterBerry, entre muchísimos otros, se puede escribir desde el escritorio de la computadora o el celular.

“Lo elijo porque me posibilita recibir datos y aportes de especialistas en temas que me interesan. Porque me permite crear mi propia audiencia y porque es el desafío de participar en la construcción de una nueva historia escrita desde la sabiduría de las multitudes”, resume la cordobesa Brizuela.

Estar en red, buscar rápido y compartir todo parece ser el secreto de Twitter. ¿Qué estás haciendo ahora? Los interesados en contestar quizá tengan en el despojado Twitter una buena excusa para dar el primer paso en el nuevo mundo en el que conectarse a Internet es una antigüedad. Porque a nadie se le ocurriría la tontería de estar desconectado. ■