

La punta del iceberg Twitter no para de crecer y es sólo el comienzo de un cambio que será aún más profundo.

Por Leandro Zanoni



¿QUÉ ES TWITTER?, me pregunta mi madre cada vez que me ve. Le esquivo a la respuesta, porque todavía no tengo bien claro cómo actuar con ella metida en esa red social y contando sus cosas en

140 caracteres. Pero además, también la esquivo porque no tengo bien en claro qué es Twitter.

A buen ojo, estoy casi seguro de que el ochenta por ciento de mi entorno social (familiares, amigos) que no tiene relación alguna con el periodismo y la tecnología, no tiene mucha idea de lo que es Twitter. Salvo por alguna esporádica mención en los medios, o por alguna pelea de algún canciller y el reciente affaire entre Luli Salazar y Martín Redrado (el primer romance 2.0 de estas pampas, sin dudas), ellos todavía no entienden bien por qué ni para qué puede resultarles útil contarles a 50, 400 o 3.000 personas lo que propone Twitter: ¿qué estás haciendo?

Siempre intento arrancar explicando que Twitter es lo que nosotros queramos que sea. Puede ser una fuente de entretenimiento, un lugar para conseguir amistades, sexo o trabajo, un medio para informarnos sobre el clima en cualquier país del mundo, para vender algo usado, seguir las noticias locales o a famosos, tanto vernáculos como astros de Hollywood. O para seguir en vivo un partido de fútbol o una conferencia sobre cualquier tema, en cualquier lugar. También puede ser una poderosa arma para vencer la censura informativa de diferentes gobiernos y una herramienta muy eficaz a la hora de organizar manifestaciones masivas, como las recientes de Egipto contra Hosni Mubarak.

Elijo una anécdota bien gráfica, entre por lo menos una docena similares. Un día me subo al ascensor del edificio de mi oficina y saludo de rigor a un chico que ya estaba adentro. Me pregunta: ¿vos sos Zanoni? Sorprendido, le digo que sí y me dice: “te sigo en Twitter”. Con el tiempo, con @sandlerrmatt nos hicimos amigos ya que es periodista y productor musical. Eso también es Twitter. Como ven, puede ser muchas cosas.

En apenas cinco años (y no es casual que sea casi el mismo tiem-

En apenas 5 años, la red de microblogging logró sumar 150 millones de usuarios.

po de vida que tienen YouTube y Facebook), Twitter logró reunir a 150 millones de personas que no sólo usan la herramienta todos los días desde sus computadoras o dispositivos móviles sino que, además, le agregan funciones. Como el RT (retuit o reenviar) o los hashtags, simbolizados con el signo “#” para agrupar todos los tuits según una palabra clave, como por ejemplo #riquelme. Eso le permite a cualquiera que desee, leer todo lo que se escriba en tiempo real con el hashtag del jugador de Boca. Fue en 2007, cuando al usuario Chris Messina se le ocurrió usar el signo #.

Esta característica típica -que sean los usuarios los que le encuentren nuevos usos y códigos y los protagonistas de sus constantes mutaciones- para mí resulta la función más interesante que presentan las herramientas sociales. Internet se va armando, a imagen, semejanza y voluntad de los millones de usuarios. Una Internet a la carta.

Por supuesto que con el rápido crecimiento exponencial de estas redes, irrumpieron en escena también a gran velocidad los problemas e inconvenientes inherentes a este tipo de herramientas.

Pero tampoco estuvieron ajenos a estas contrariedades los medios masivos de comunicación, cuando a principios del siglo pasado la TV, los diarios y la radio llegaron para instalarse (¿para siempre?) en nuestras vidas.



Entretenimiento, amistad, sexo, trabajo. Redes sociales para todo uso.

La sobreinformación y el aumento de los datos y opiniones que inevitablemente generan ruido en los mensajes, necesarios para que nosotros tomemos decisiones basadas en la lógica y en la inteligencia, resulta intolerable para cualquier mortal. La cuestión no es menor y tal vez sea uno de los temas a analizar y tratar con más urgencia. El desafío está planteado y los tiempos que se avecinan serán decisivos. El panorama actual y lo que ocurre en el mundo de la tecnología (redes sociales activadas desde teléfonos inteligentes, TV y autos conectados a Internet y la masificación de las tablets y netbooks) es apenas el principio. Una ínfima punta de iceberg de lo que vendrá en muy poco tiempo. Hay que estar preparados. **nw**

Zanoni (@zanoni) es autor del blog eBlog y de “Vivir en los medios”.