

Twitter: La vida en 140 caracteres

LA DESCRIPCIÓN DE LO COTIDIANO EN UNA SOLA FRASE SE HA CONVERTIDO EN LA SENSACIÓN DE INTERNET



“Cuéntale a los demás en 140 caracteres qué estás haciendo ahora mismo”. Con esa premisa y un sistema tecnológico muy sencillo, asciende meteóricamente uno de los servicios de Internet que más usuarios ha conseguido en menos tiempo: Twitter. En él, cada usuario escribe lo que quiere en mensajes a los que sólo dará acceso a sus familiares y amigos (si los deja “cerrados”) o a cualquiera, si opta por abrirlos. Y algo tan irrelevante en apariencia como contar la realidad inmediata en una sola frase se ha convertido en la sensación de la Red. Además de compartir lo que se está

haciendo, el sistema permite seguir las vidas ajenas, bien sea de los amigos más cercanos o de las estrellas del cine más rutilantes.

¿Se imagina leyendo en tiempo real que a una pareja de amigos les acaban de comunicar el sexo de su futuro hijo, o que su banda de rock favorita está celebrando una barbacoa en la playa después del concierto?

¿Cuál es el secreto de Twitter?

Las respuestas sobre el éxito de Twitter no son coincidentes. Unos argumentan que despierta el exhibicionismo oculto del ser humano; otros resaltan que conocer la realidad inmediata de los demás internautas proporciona al usuario la sensación de compañía. También hay quien hace hincapié en la fuerza de su asimetría comunicativa, es decir, el hecho de que una frase escrita por un solo usuario pueda llegar de golpe a miles y miles de personas. Esto explicaría el motivo de su popularidad entre los políticos y otros profesionales, y entidades, con necesidad de comunicar cercanía e intimidad a grandes grupos.

Pero más allá de estas posibles razones, lo cierto es que el fenómeno al que ha dado lugar Twitter, y que se conoce como ‘microblogging’, supone un avance en la colonización de Internet como espacio de comunicación entre usuarios. Si los primeros pasos para comunicarse entre los internautas los dieron los foros de opinión, los chats y las listas de correo, los siguientes peldaños los ocuparon los blogs y los comentarios

que les acompañaban. El blog (que incluye tanto textos como vídeos e imágenes) fue un fenómeno que supuso una mayor elaboración de la comunicación por lo que tenía de reflexivo, y ha tenido una gran repercusión en campos como el periodismo.

A los blogs les siguieron las redes sociales, en las que los usuarios, además de estar interconectados, podían compartir sus bitácoras, sus fotografías, su música y sus vídeos con sus familiares y amigos. A todo esto se le sumó el acceso a las redes sociales y los blogs desde los teléfonos móviles con sistema operativo, los llamados teléfonos inteligentes.

Rápido, efectivo y desde cualquier lugar

El siguiente paso evolutivo ha sido el ‘microblogging’, ya que combina todos estos factores: la red social de contactos, el texto (en este caso inmediato y corto, y por tanto mucho menos elaborado y laborioso) y el acceso desde cualquier lugar. Así, lo que se conoce como un ‘tuitteo’, un comentario en Twitter, se puede escribir desde un móvil en plena calle o en la Terminal 4 del aeropuerto de Barajas, ya que hay programas como **Twitterrific** o **Twitterberry** que lo permiten. Y lo que se redacte puede ser tan simple como decir que se está en la cola para subir al avión o que hace calor.

El resultado es que si un usuario de Twitter (u otro servicio de ‘microblogging’) envía constantemente ‘tuitteos’ a sus contactos allá donde se encuentre, su vida

cotidiana adquiere una relevancia especial para éstos, un toque de cercanía personal. Incluso supone una cierta influencia sobre ellos. No en vano, la popularidad de un usuario de Twitter se mide por sus seguidores o ‘followers’. Cuantos más se tengan, más asimetría comunicativa se consigue, y, por tanto, más relevancia.

Los políticos han atisbado pronto las posibilidades de la herramienta para hacerse más cercanos y reales a los ojos de sus votantes, y lo mismo ha ocurrido con algunas estrellas del deporte y el espectáculo. Así, algunos de ellos mantienen el servicio en constante actualización. Sin embargo, no siempre son sus protagonistas quienes actualizan sus ‘tuitteos’, sino colaboradores a su servicio, lo que ha generado no pocas polémicas en más de una ocasión. Por ejemplo, cuando una celebridad aparecía en un programa de televisión en directo mientras en su página de Twitter se decía que estaba aparcando el coche.

Múltiples aplicaciones

Más allá de la mercadotecnia, los usuarios de Twitter también han encontrado algunas aplicaciones sociales, como ofrecer información del estado del tráfico en tiempo real, filtrando una serie de palabras de la web de la Dirección General de Tráfico. Este servicio lo ha desarrollado un usuario anónimo sin relación con la DGT.

De forma similar, desde el departamento de bomberos de Los Angeles usan Twitter para informar de las alertas ocurridas en la

ciudad porque consideran que es la forma más rápida de mover la información ante una alarma.

Algunos usuarios han desarrollado plataformas que ofrecen la previsión del tiempo o información sobre determinados asuntos. En el plano empresarial, ciertos medios de comunicación han creado en Twitter servicios de noticias, como es el caso de la BBC inglesa o la cadena de televisión norteamericana ABC. También se ofrece información oficial de ciertos organismos, como ocurre con la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones, que ‘tuittea’ sus resoluciones directamente a los usuarios.

Además de Twitter...

Twitter no es el único servicio de ‘microblogging’. Antes al contrario, es el menos elaborado de todos (por ser el primero) y el que menos posibilidades ofrece. Jaiku, que también fue uno de los pioneros, incorpora al texto del ‘tuitteo’ la opción de que los contactos lo comenten. Otro servicio llamado Six apart permite compartir archivos como vídeos y fotografías, además de escribir comentarios. Plurk, un servicio de aparición más reciente, muestra las actualizaciones de los contactos en una línea de tiempo horizontal, y permite subir al sistema fotos y vídeos para compartir. Otras plataformas como YouAre o Popeno han conseguido que el usuario incluya en sus ‘tuitteos’ vídeos e imágenes, de modo que han convertido el ‘microblogging’ en un acto de comunicación multimedia. //