



CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS UNIVERSITÁRIOS



Agencia Española
de Cooperación
Internacional
para el Desarrollo

Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica
Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

TWITTER LO CARGA EL DIABLO

Twitter lo carga el diablo

Las declaraciones de Pérez-Reverte en la popular red social han puesto de manifiesto de nuevo su poder como herramienta frente a los medios convencionales. Varios expertos analizan su uso, abuso, naturaleza y límites

JESÚS ROCAMORA Madrid 30/12/2010 00:05 Actualizado: 31/03/2012 13:41

Twitter, la red social de los 140 caracteres.

Noticias relacionadas

- [Twitter se niega a Pérez-Reverte por llamar "perfecto mundo" a Siria](#)
- [Los familiares se venían en Twitter](#)
- [Los cambios revolucionan Twitter a Madrid](#)
- [Twitter, el caso de los mil pedris](#)
- [Un adolescente asegura ser el culpable del fallo de Twitter](#)

"El problema de internet es que nada se hace a lástia, siempre es a boli. Si pones algo ahí, luego no puedes borrarlo", se lamenta uno de los personajes de La red social, la película sobre Facebook de David Fincher. Se podría decir que en Twitter es todavía peor, aunque no lo parezca por su tamaño: el flujo inparable es la característica básica de una red social cuyos mensajes ocupan apenas 140 caracteres y que, lejos de tener una caducidad, disfrutan de ritos, tres o más ciclos de vida si sus receptores deciden reenviarlos. Hay una fábula semántica de que uno predica en el desierto, ante tal corra de voces en pantalla.

REFERENCIA: **6MMG129**

La sociedad digital



Twitter lo carga el diablo

Las declaraciones de Pérez-Reverte en la popular red social han puesto de manifiesto de nuevo su poder como herramienta frente a los medios convencionales. Varios expertos analizan su uso, abuso, naturaleza y límites

JESÚS ROCAMORA Madrid 30/10/2010 00:05 Actualizado: 31/10/2010 11:41



Twitter, la red social de los 140 caracteres.

Noticias relacionadas

- [Twitter se ríe de Pérez-Reverte por llamar "perfecto mierda" a Moratinos](#)
- [Los famosos se venden en Twitter](#)
- [Los cambios revolucionan Twitter y Menéame](#)
- [Twitter: el caos de los mil padres](#)
- [Un adolescente asegura ser el culpable del fallo de Twitter](#)

"El problema de internet es que nada se hace a lápiz, siempre es a boli. Si pones algo ahí, luego no puedes borrarlo", se lamenta uno de los personajes de *La red social*, la película sobre Facebook de **David Fincher**. Se podría decir que en Twitter es todavía peor, aunque no lo parezca por su tamaño: el flujo imparable es la característica básica de una red social cuyos mensajes ocupan apenas 140 caracteres y que, lejos de tener una caducidad, disfrutan de dos, tres o más ciclos de vida si sus receptores deciden reenviarlos. Hay una falsa sensación de que uno predica en el desierto, ante tal coro de voces en pantalla.

Ese pudo ser el caso de **Pérez-Reverte** el fin de semana pasado y sus declaraciones, llamando "mierda" al ex ministro Moratinos. Piensen en un bar. En una charla entre amigos.

¿Se nos puede pedir responsabilidad por lo dicho en un momento informal? ¿Deben los personajes públicos jugar a lo que son todo el tiempo o se les permite meter la pata? ¿Han variado los límites de la libertad de expresión con las nuevas tecnologías? Lo que sigue es algo parecido a un manual de usos y abusos; una guía sobre qué es y qué no es Twitter.

Ni un bar ni un chat. Es una herramienta de comunicación pública

El sociólogo Manuel Castells podría responder a las preguntas anteriores cuando afirma que la tecnología no determina la sociedad: la plasma. Y que la sociedad no es condicionada por la tecnología: la utiliza. En este sentido, Javier Lorenzo, profesor de Ciencia Política de la Universidad Carlos III apunta que "Twitter permite cierta relajación y conocer al personaje fuera de su entorno profesional o público. Eso está muy bien, pero uno nunca deja de ser quien es, en el bar, en una cena, en un aula, donde sea. Cada uno lo puede utilizar como quiera, pero debe atenerse a las consecuencias".

La cuestión es que todo deja huella en la red. En esa misma línea se expresa **Tíscar Lara**, Vicedecana de Cultura Digital en la Escuela de Organización Industrial, periodista y profesora de comunicación, cuando avisa de que Twitter "es una herramienta de comunicación pública y abierta. Es un medio de alcance masivo y todo queda reflejado, como en un rastro digital que dejamos. Puede parecer un chat pero es algo mucho más serio".

Ni internet ni Twitter han inventado la difusión. Sólo la han puesto al servicio de todos: "Twitter es una herramienta tan potente que puede generar una polémica nacional por las palabras de un escritor sin que estas hayan sido publicadas en ningún medio de comunicación tradicional. Está marcando un ritmo tan alto para la difusión de la información que a veces provoca desajustes", apunta **Ion Antolín**, columnista en [Cuartopoder](#), periodista y blogger. Con "desajustes" se refiere a falsas noticias que se dan por verdaderas debido a una gran difusión en Twitter, como el fallecimiento de Marcelino Camacho anunciado a principios de esta semana. "Pero en ese caso Twitter difundió la noticia a una velocidad vertiginosa, pero no fue el origen de la misma", subraya Antolín.

Es inmediato. Así que piénsatelo dos veces antes de escribir

¿Invita Twitter al exabrupto? ¿A desahogarse? Lo que parece claro es que ante tanta audiencia potencial y tantas voces hablando a la vez, es necesario llamar la atención de alguna manera. "Twitter tiene sus limitaciones", reconoce **Víctor Gil**, sociólogo, analista de tendencias y responsable de MktFan.com, una comunidad de especialistas en el uso de los medios sociales aplicados al márketing. "Su mensaje es conciso y puede utilizarse para expresar bajas pasiones, lo que en el fondo es utilizado para

generar ruido". Pero "estamos en un mundo que vive con prisas y que necesita mensajes inmediatos, que funcionen como flashes. Es algo muy darwiniano, porque se adapta a los nuevos tiempos".

"Quizás conviene contar hasta diez en muchas ocasiones antes de pulsar Enter", apoya Antolín. "Ahora bien, tras el error, tras insultar, Twitter también te da la capacidad para pedir disculpas con el mismo eco", dice.

Es un diálogo. Nada de lanzar la piedra y esconder la mano

"Los usuarios quieren participar. Llevan décadas queriendo hacerlo, y la única manera era la sección de cartas al director en los periódicos. Ahora, no", afirma Antolín. Internet ha dado la vuelta a la fórmula de la comunicación: los que han sido tradicionales receptores del mensaje se han convertido en emisores cuando así lo deciden, "y es probable que muchos escritores que se acostumbraron a usar su columna como ariete sin conocer la opinión de sus lectores descubran lo que significa ser contestado por miles de personas".

Un ejemplo de esto: ayer, el Tribunal Electoral brasileño concedió el derecho a réplica en Twitter al candidato a la presidencia de Brasil, José Serra, ante los insultos emitidos por un diputado de la oposición desde su twitter.

Tíscar Lara también considera que "Twitter es diálogo; debe haber interactividad". Lo contrario sería frustrante porque "hay una expectativa de respuesta". Aunque no es el caso de Pérez-Reverte, para Víctor Gil, el escritor ha dado la cara pero "ha salido escaldado. Uno espera otra manera de expresarse en un académico". No tiene que ver con la libertad de expresión, sino con que "ahora la gente tiene canales para replicar y el insulto no beneficia. Ha sido un error de enfoque por su parte".

Responsabilidad. A mayor influencia, mayor responsabilidad

"Los personajes públicos tienen en Twitter la misma responsabilidad que en cualquier otro espacio de difusión", dice Felipe Romero, del instituto de investigación The Cocktail Analysis. **Javier Lorenzo** recuerda a Ortega y Gasset y otros escritores que publicaban sus libros por fascículos en los periódicos de la época para tener algún alcance y repercusión mediática. "Ahora, el autor puede divulgar lo que desee por si mismo. Pero la libertad debe usarse con responsabilidad, como todo", lanza.

¿Responsabilidad? Un personaje público debería tener claro que no es un usuario cualquiera, sino que "a mayor influencia y relevancia, mayor responsabilidad", afirma Tíscar Lara. Para Romero, es más una cuestión de coherencia, y "si analizamos a Pérez-Reverte como una marca personal, lo que ha dicho es coherente con el posicionamiento público que ya se ha construido".

Es viral. De oca a oca y tiro porque me toca

Lo que hace diferente a Twitter de otras plataformas y medios es su capacidad de redifusión viral, algo que explica muy bien Tíscar Lara: "En un periódico, un autor puede desarrollar su argumento y llegar a un público amplio, posiblemente mayor del que te lea en Twitter en el momento de publicarlo". Pero lo importante en Twitter no es el primer impacto, "sino que tus lectores actúan como altavoz y mantienen vivo el mensaje en un segundo o tercer ciclo de vida". Twitter tiene potencial para que el mensaje entre en otros círculos ajenos porque cada receptor tiene su propio "anillo de influencia".

Lenguaje propio. Y reglas propias: hay que ser creativo

Hay que entender que Twitter inaugura "nuevas formas discursivas. Hay códigos compartidos para comunicarse y una gramática propia", advierte Tíscar Lara, que subraya el carácter "creativo" de su lenguaje, marcado por las limitaciones: "Es sintético, limitado, a veces tiene la gracia de los haikus, y siempre hay detrás una estrategia a la hora de elegir las palabras para tan poco espacio".

Hay ejemplos. Ahí está la figura del retuiteo, por el que un usuario "repite" lo dicho por otro como propio, "una práctica que otorga autoridad y relevancia a quien lo dijo", según Lara. Y están también las almohadillas, con el que el usuario puede resaltar conceptos y crear etiquetas temáticas (tags) para que sean usadas por otros; un uso lúdico de este lenguaje. A pesar de esto, el mensaje conciso limita. "Cuesta desarrollar los discursos. Y tampoco hay argumentación. Se pierde el contexto de la expresión y del debate", reconoce Víctor Gil.

No es un arma. Es un cuchillo

Varios de los entrevistados para este reportaje coinciden en comparar Twitter con otra cosa. "¿Consideramos un cuchillo un arma homicida, una herramienta o un cubierto? Depende del uso...", lanza **José Antonio Millán**, lingüista, editor y autor de *Manual de urbanidad y buenas maneras en la Red*. Algo parecido a lo que propone Joaquín Rodríguez, editor y especialista en sociología de la cultura cuando afirma que "un cuchillo puede servir para cortar filetes, limpiarse las uñas o capar muflones. Las redes sociales sirven para cualquier propósito. Su uso es cosa de los humanos; lo mismo pueden alimentar la concupiscencia o hacernos más inteligente. A veces estamos a la altura de las tecnologías que inventamos, a veces no...".



Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica
Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

Ficha de catalogación

Título:	Twitter lo carga el diablo
Autor:	Jesús Rocamora
Fuente:	<i>Público</i> (España)
Resumen:	140 caracteres dan para mucho. Twitter ha puesto en circulación no sólo mensajes, sino también una nueva forma de comunicación e interacción en la que las fronteras entre lo público y lo privado, entre la responsabilidad y la impunidad se difuminan. Decir mucho con poco, decir poco a muchos, decir muchas veces pocas cosas son las posibilidades de un instrumento sobre el que se puede decir mucho más de lo que cabe en 140 caracteres.
Fecha de publicación:	30/10/10
Formato	<input type="checkbox"/> Noticia
	<input checked="" type="checkbox"/> Reportaje
	<input type="checkbox"/> Entrevista
	<input type="checkbox"/> Artículo de opinión
Contenedor:	<input type="checkbox"/> 1. Los retos de la salud y la alimentación
	<input type="checkbox"/> 2. Los desafíos ambientales
	<input type="checkbox"/> 3. Las nuevas fronteras de la materia y la energía
	<input type="checkbox"/> 4. La conquista del espacio
	<input type="checkbox"/> 5. El hábitat humano
	<input checked="" type="checkbox"/> 6. La sociedad digital
	<input type="checkbox"/> 7. Otros temas de cultura científica
Referencia:	6MMG129



Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica
Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

Propuesta didáctica
Actividades para el alumnado

1. Señala cuáles de las siguientes afirmaciones son verdaderas y cuáles falsas teniendo en cuenta lo que se dice en el texto sobre Twitter:

1. Según David Fincher el problema de Internet es que nada se hace a lápiz, siempre es a boli. Si pones algo ahí luego no puedes borrarlo.	V	F
2. Los mensajes en Twitter deben limitarse a un máximo de 140 palabras.	V	F
3. Las nuevas tecnologías no plantean nuevos dilemas sobre los eventuales límites de la libertad de expresión.	V	F
4. Para Manuel Castells la tecnología no determina lo que ha de ser la sociedad, sólo la plasma.	V	F
5. En realidad, Twitter es igual que un chat.	V	F
6. Los mensajes en Twitter funcionan como flashes, son algo inmediato propio de los nuevos tiempos.	V	F
7. En Internet la comunicación funciona como en los medios tradicionales: hay un emisor que produce un mensaje y unos receptores que lo reciben.	V	F
8. A juicio de los analistas, el formato de Twitter no implica que las personas que lo utilizan deban dejar de ser responsables de lo que dicen en él y de cómo lo dicen.	V	F
9. Lo singular de Twitter es su potencial para replicar los mensajes y mantenerlos vivos en varios ciclos entre círculos diversos.	V	F
10. La limitación de los mensajes en Twitter fomenta la creatividad en su redacción.	V	F

2. Imagina que tienes que explicarle a una persona mayor en qué consiste Twitter y para qué sirve. ¿Cómo lo harías? Intenta que tus explicaciones sean claras y detalladas.

3. ¿Por qué en Twitter los mensajes han de ser de menos de 140 caracteres? ¿Qué ventajas tiene esa limitación?

4. *“El problema de Internet es que nada se hace a lápiz, siempre es a boli”*. Qué quiere decir esa frase. Estás de acuerdo en que eso es un problema. ¿Por qué?

5. ¿Qué puso en Twitter para generar polémica el escritor del que se habla en el reportaje? ¿Obró bien al hacerlo? ¿Crees que las personas famosas o con responsabilidades públicas deben tener más cuidado con lo que escriben en Twitter que los demás?

6. ¿Qué utilidad crees que podría tener el uso de Twitter en un centro educativo? Piensa en un proyecto que le pudiera gustar al director de tu centro escolar ¿Hay algún uso de Twitter que podría molestar a tus profesores?

7. ¿Son compatibles las formas tradicionales de comunicación (unidireccionales, verticales, uno-muchos...) con las que son posibles con herramientas como Twitter? ¿Podría haber interferencias entre esas formas de comunicación? Responde a esta pregunta teniendo en cuenta las siguientes situaciones:

- a) Una persona da una conferencia ante un público que toma notas en sus cuadernos.

- b) Una persona da una conferencia ante un público que a la vez que le escucha comenta en Twitter sus opiniones sobre lo que el conferenciante va diciendo.
- c) Una persona da una conferencia ante un público que a la vez que le escucha comenta en Twitter sus opiniones sobre lo que el conferenciante va diciendo. Además esas opiniones son visibles en una gran pantalla para todo el público que está asistiendo a la conferencia.
- d) Una persona da una conferencia ante un público que a la vez que le escucha comenta en Twitter sus opiniones sobre lo que el conferenciante va diciendo. Además de ser visibles en una gran pantalla esas opiniones para todo el público que asiste a la conferencia también puede verlas mientras habla el propio conferenciante.

8. ¿Podrías utilizar Twitter para desarrollar estas actividades?



CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS



Agencia Española
de Cooperación
Internacional
para el Desarrollo

Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica
Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

Propuesta didáctica
Sugerencias para el profesorado

- De entre las actividades propuestas conviene elegir cuáles se adaptan mejor al grupo y a sus intereses. En todo caso, antes de proponer la realización de las actividades se recomienda una lectura atenta del texto.
- La actividad 1 facilita el análisis del contenido del texto. Su revisión permitirá aclararlo y resolver posibles dudas. Las actividades 2 y 3 proponen que se haga una caracterización sobre Twitter. Las actividades 4 y 5 se centran en los temas sobre la responsabilidad y privacidad que se comentan en el reportaje. La actividad 6 sugiere analizar eventuales usos de Twitter en contextos educativos. La actividad 7 propone reflexionar sobre la interacción entre las formas tradicionales de comunicación y las que permiten herramientas como Twitter a partir de las cuatro situaciones que se proponen. La actividad 8 tiene un carácter metarreflexivo que, en cierto modo, está sugiriendo usar el tema tratado en estas actividades como herramienta para su propio desarrollo.
- Aunque las actividades propuestas están redactadas para ser realizadas individualmente, varias de ellas son especialmente propicias para ser desarrolladas en equipo o incluso en debate abierto con toda la clase. Es especialmente interesante, en este sentido, compartir los trabajos sobre las actividades 6 y 7.
- Podría ser oportuno analizar el alcance efectivo que llegan a tener entre los alumnos las actividades 7 y 8.