

**José Luis Orihuela**

***Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red.***

Barcelona: Alienta, 2011. 266 p. ISBN 978-84-92414-89-5

José Luis Orihuela es doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra, donde se desempeña como profesor de la Facultad de Comunicación. Es un estudioso de las nuevas tecnologías y su impacto en el mundo de la comunicación. Orihuela es autor de *La revolución de los blogs*, *Comunicar para crear valor*, *Introducción al diseño digital*, entre otras publicaciones. Desde 2002 sus reflexiones pueden leerse en el blog *ecuaderno*, que creó para volcar sus ideas y para interactuar con las de otros.

En la era del tráfico a través de múltiples plataformas, de la inmediatez informativa y la conversación entre usuarios, *Mundo Twitter* se propone pensar, definir y ofrecer claves de lectura de la red social que se articula en 140 caracteres. El autor sistematiza y ordena la heterogeneidad de contenidos y la polifonía de voces que propone Twitter. Es decir, consigue detener la velocidad del *timeline* de la red social para reflexionar sobre él, sobre el comportamiento de sus usuarios y su impacto en la sociedad.

*Mundo Twitter* comienza con un recorrido por la breve pero meteórica historia de Twitter, que nació en marzo de 2006 y, que en el mismo mes de 2011 ya había alcanzado los 140 millones de usuarios. Orihuela define el modelo comunicativo de Twitter como asimétrico porque

establece relaciones optativas entre usuarios, con una arquitectura variable, pautada por cada uno y por lo tanto, descentralizada. Twitter es breve, global, hipertextual, intuitivo y social. Es sincrónico porque se caracteriza por la velocidad de su *timeline*; sus posibilidades de interacción entre usuarios desde distintos dispositivos lo convierten en un medio multiplataforma y la fácil y rápida circulación de mensajes a través de él hace que hablemos de sus ventajas como red viral.

El autor denomina “la experiencia twitter” a la posibilidad que brindan los medios sociales —a diferencia de los medios tradicionales (radio, prensa, TV)— de configurar los contenidos a partir de las decisiones que toman los usuarios. Es una red en la que “cada usuario define el contenido que recibe en función de las comunidades que establece”. Por lo tanto, es una experiencia diferente para cada uno a partir de relaciones optativas y asimétricas. Hay usuarios pasivos, que leen las actualizaciones de las personas a las que siguen, y usuarios activos, que también aportan contenido a la red. Según Orihuela, la experiencia twitter más gratificante es la de aquellos que consiguen ajustar su comunidad de cuentas seguidas al tiempo que contribuyen con contenido de calidad, incrementando así sus seguidores y las posibilidades de conversación y viralización.

Con Twitter, como con cada nuevo medio, nace una jerga propia: *tweet*, *follow*, *hashtag*, *mention*, *retweet*; son sólo algunos términos que la componen. Uno de los grandes aciertos del libro de Orihuela es que se propone hablar de Twitter utilizando su lenguaje y apariencia, es decir que conversa de Twitter como lo haría si estuviera circulando por él, con las menciones que hacen sobre Twitter los usuarios a través de las direcciones de cada uno, con sus palabras clave y enlaces.

Orihuela también propone algunas claves para la escritura en Twitter. Quizá la más relevante sea la de “encontrar la propia voz”, es decir hallar un registro propio, el rasgo dominante de la voz de cada uno. Una ventaja de Twitter es que devuelve enseguida, en tiempo real, la respuesta a los comentarios, lo que le permite al usuario ir midiendo su *performance* y conocer sus fortalezas y debilidades como tuitero. “El silencio, la respuesta, el retuit o la marca como favorito constituyen los ecos de la escritura en Twitter”, explica el autor. La brevedad y la corrección ortográfica, la edición antes de la publicación, la importancia en el uso de enlaces y etiquetas son otras de las claves para una buena escritura. También se sugiere la diversificación del contenido, esto es, extender el ámbito de los temas abordados y hacerlo también en diferentes horarios a lo largo del día. El uso de la opción “favoritos” ayuda a salir de la vertiginosidad de la línea de tiempo y da la opción de volver en cualquier momento a ese contenido. La posibilidad de retuitear y la de editar lo que se retuitea son formas de

“premiar” a los comentarios de otros, pero sobre todo, son oportunidades de viralizar contenido y de sumar seguidores.

*Mundo Twitter* no sólo consigue ser una guía para nuevos usuarios, sino que resulta igual de atractivo para los más experimentados gracias a una serie de recomendaciones y sugerencias útiles para quienes ya llevan tiempo entre arrobas y 140 caracteres. En este sentido, Orihuela se adentra en el uso de Twitter que pueden y deben hacer las organizaciones, para quienes la red social es valiosa como herramienta de comunicación, tráfico, marketing, *networking*, atención al cliente, entre otras. El autor analiza los usos institucionales, sociales, políticos y educativos de Twitter a través de algunas recomendaciones y de una guía con ejemplos de buenas prácticas.

Orihuela empezó a referirse públicamente a Twitter a través de su blog *ecuaderno*, donde publica desde hace tiempo la serie *Twitter: la vida misma en 140 caracteres*. Allí recopila ejemplos de un estilo de “escritura breve que es profundo, inteligente, certero y humorístico”, y que denomina *Slow Twitter*. En su libro, selecciona cerca de mil *tweets* que reflejan parte de la genialidad de los usuarios para decir mucho en pocos caracteres y que ordena en categorías. Propone una antología que condensa en varias páginas, horas, días y meses de Twitter, que sólo un usuario fanático y cuidadoso como Orihuela podría compilar. El autor apunta que el tesoro de Twitter está en el chispazo de creatividad de los tuiteros, que con sus comentarios van definiendo un estilo, una identidad. Por lo tanto, lleva

un tiempo conocer la plataforma, descubrir a los usuarios más atractivos para uno y construir así una comunidad.

*Mundo Twitter* tiene el atractivo de ser un libro dinámico, útil, polifónico e intuitivo pero ordenado, como Twitter. Refleja la mano y la mente de un académico, como Orihuela, pero al mismo tiempo la de un tuitero que transita el *timeline* propio y de otros para enriquecerse y para llevar a otros a reflexionar sobre un medio que da poco tiempo para hacerlo.

“Ahora el planeta entero está conversando y todos podemos escucharlo. También existe la posibilidad de que el planeta entero nos escuche. Al menos una vez. Tenemos 140 caracteres para intentarlo”, dice Orihuela. Ahora tenemos un libro que comenta lo que el planeta entero está conversando, que escucha lo que otros quieren decir y que propone detenernos a pensar sobre esto sin dejar de conversar.

### **María José Müller**

Facultad de Comunicación, Universidad Austral, Buenos Aires.  
mmuller@austral.edu.ar

