

Destacamos ▶ España en recesión Sant Jordi Barça - Chelsea Trofeo Conde de Godó Declaración de la renta

Acceso y suscripción Webs del Grupo LV Papel

Martes, 24 de abril 2012

LA VANGUARDIA.com | Cultura

Buscar

Ediciones Quiero Temas Al minuto Lo más La Vanguardia TV Fotos Gráficos

Portada Internacional Política Economía Sucesos Opinión Deportes Vida Tecnología **Cultura** Gente Ocio Participación Hemeroteca Servicios

Ebooks de Vanguardia Música Rolling Stones ' 50 Cine Libros Sant Jordi 2012 Escenarios La Vanguardia en català

Cultura

ENTREVISTA A MARIO TASCÓN

Mario Tascón: "Gracias a Twitter la gente se preocupa más por cómo escribe"

Junto con Mar Adab, presenta 'Twittergrafía', un libro que se escribió de manera colaborativa a través de un Google Doc abierto a los usuarios de la red social

Cultura | 21/11/2011 - 12:10h



JUAN MANUEL GARCÍA CAMPOS
Barcelona

1 2773 visitas Notificar error Tengo más Información

Seguir

Menéalo 0

Mario Tascón es una de las personas más relevantes en la corta historia del periodismo digital en España. En la década de los 90 fue el primer director e impulsor de la web **elmundo.es**, con la que consiguió encabezar la audiencia de las ediciones digitales españolas. Del 2000 al 2008 fue director general de **Prisacom**, donde desarrolló una profunda reestructuración de todas las publicaciones digitales. Desde mayo de 2008 hasta noviembre de 2010 fue editor de **lainformacion.com**, el medio exclusivamente digital con más audiencia en España.

Actualmente, Tascón ejerce consultor de proyectos digitales y dirige el Manual **Fundéu** del español para Internet, entre otros proyectos. Un buen barómetro de su influencia es el amplio seguimiento de su perfil en **Twitter**, que supera 11.200 seguidores, así como **su ranking en Klout** (la web que mide la reputación digital de los usuarios de las redes sociales), donde es influyente en los temas relacionados con el periodismo y los social media.

En el último año, Mario Tascón ha liderado un experimento en Twitter bautizado como **#twittergrafia**. A través de esta etiqueta, un amplio grupo de colaboradores ha ido recogiendo las ideas, términos e iconos que conforman las bases de "la nueva escritura" que ha impuesto la red social de **microblogging**. Recientemente, esta experiencia se ha plasmado en el libro **Twittergrafía**, escrito al alimón por Tascón y **Mar Abad**, periodista y editora de la revista de tendencias, creatividad e innovación **Yorokubu**.

¿Cómo surgió la idea del hashtag #twittergrafia y en qué momento del proceso os planteáis la posibilidad de publicar un libro?

Surge en octubre de 2010, mientras leía el libro *Ciberpragmática 2.0: Nuevos usos del lenguaje en Internet*, de **Francisco Yus**. Se me ocurrió reinterpretar su propuesta centrándome en un canal y un estilo que yo conocía mejor: Twitter. Al principio no era más que una lista de vocablos, solo para mí, pero pronto vi que me retuiteaban muchos mensajes y empecé a investigar más profundamente. La idea inicial era construir una recopilación de consejos sobre la escritura en Twitter, ordenados de algún modo, pero no me convenció. Hablé con Mar, que fue de las primeras personas que participó en la lista y cuyo trabajo en la revista alternativa **Yorokubu** apreciaba. Pensamos en la estructura, hicimos a cuatro manos el índice y creamos un documento en Google Docs. Lo dejamos abierto para todo el público, de modo que quien quisiera pudiese participar. Antes incluso de que pudiésemos plantearnos qué hacer con todo ese material, **la editorial Catarata** se interesó por el proyecto.

¿Qué papel ha tenido la colaboración de los usuarios de Twitter en el proyecto?

Ha sido determinante. Era la primera vez que trabajaba con un Google Doc abierto, y la



respuesta ha sido sorprendente. Los dos autores hemos liderado la edición, pero hacia febrero o marzo de 2010 ya conté unas 500 personas que intervinieron en mejorar el documento. No hacía falta ni siquiera invitación para acceder. Todo el mundo podía añadir comentarios. Fue una interesantísima experiencia de escritura colectiva. En ocasiones, me encontraba con más de 30 usuarios conectados simultáneamente mientras yo estaba trabajando en el documento.

En este libro, hablas del 'arte de una nueva escritura' y de las características del lenguaje de internet. Por otra parte, estás vinculado a Fundéu, que vela por la escritura correcta en español. Esta nueva 'caligrafía digital' (con sus incorrecciones, sus trucos gramaticales, etc.), que parece que se consolida con el auge las redes sociales y los sistemas de mensajería instantánea tipo *Whatsapp*, ¿crees que puede afectar a la escritura correcta en español, sobre todo en el caso de los jóvenes?

No creo que afecte negativamente. Hay que hacer una distinción muy clara en relación al canal. La gente se adapta a este nuevo medio. Yo mismo he perdido la vergüenza a ahorrarme el signo inicial de interrogación. Sí es cierto que Twitter puede ser un factor de aceleración en el uso de ciertos neologismos e incorrecciones... Pero por otra parte, ahora la gente se preocupa más por cómo escribe

¿Crees pues que Twitter contribuye a que aprendamos a comunicarnos de forma más eficaz y directa?

Sí, estoy de acuerdo con eso. Twitter es un ejercicio de escritura y edición. Ahora hay un mayor cuidado con lo que se escribe. A la gente le preocupa su imagen, lo que llaman 'reputación digital'. Antes no conocíamos cómo se expresa la gente que no es periodista o escritor, la que no se gana la vida escribiendo. Ahora la escritura es pública. Y por otra parte, se da un aprendizaje por ósmosis. Tenemos la oportunidad de ver cómo escriben los demás y aprendemos de ellos. En definitiva, veo más elementos positivos que negativos.

Al principio, hace tres o cuatro años, Twitter era cosa de periodistas, 'gurús' y geeks. Ahora parece que se ha 'democratizado' su uso. ¿Quién marca actualmente la pauta en Twitter? ¿Qué tipo de usuarios consiguen que un tema sea *Trending Topic* o que una etiqueta tenga recorrido? (si es que eso es posible ahora...)

Hay una gran influencia del fenómeno 'fan'. Artistas como Justin Bieber tienen millones de seguidores, y cualquier cosa que tenga que ver con ellos se distribuye rápidamente. Pero me interesa más la gente ingeniosa, ese tipo de usuarios que tienen la habilidad de encender la mecha escogiendo la palabra exacta o impulsando el *meme* más divertido.

Hace poco, la revista *Rolling Stone* entrevistaba a unos cuantos de ellos...

Sí, una de mis preferidas es [@barbijaputa](#). Tienen un perfil canalla, saben crear esa chispa que provoca que un tema, no necesariamente vinculado a la actualidad, 'estalle'.

¿Cómo afecta el auge de las redes de microblogging (Twitter, pero también *Tumblr*) a otras plataformas digitales que invitan más a la reflexión y al ejercicio de la escritura como los blogs, cuyo uso no profesional parece estar en retroceso?

Twitter forma parte de un nuevo ecosistema. Hay una serie de nuevos medios de comunicación e información que poco a poco se van consolidando, pero los veo como una pieza más del puzzle digital. Y los blogs también forman parte de este ecosistema. Siguen siendo importantes.

¿Ves Twitter como una mera red de información, en contraste con otras redes sociales tipo Facebook, en las que la gente comparte sus experiencias vitales?

Bueno, Twitter es también una red de contactos. Pero por su simplicidad, tiene elementos que otras redes sociales no tienen. En Twitter, cada usuario es un medio. El sitio simplemente es el canal.

Has publicado en Google Docs el '*Aviario Twitter*'. ¿Podrías clasificar las cuentas de los candidatos a las elecciones del 20-N en las especies que has descrito?

La mayoría son polluelos. Por no decir todos. Hay otros políticos que sí tienen una trayectoria dilatada en Twitter, como [@patxilopez](#) o [@iguardans](#). **Cristina Cifuentes** ([ccifuentes@](#)), del PP, es una mezcla entre águila y canario. Y también me gusta cómo se desenvuelve [@ElenaValenciano](#), aunque durante esta campaña se ha visto obligada a cumplir su rol de directora de campaña del PSOE.

En relación a *#Campovidalfacts* y la gran creatividad que han mostrado los usuarios con esta etiqueta. ¿Crees que Twitter contribuye a banalizar la información 'seria' (o específicamente política)? O piensas que es más bien una válvula de escape de los ciudadanos ante la mediocridad del debate?

Claramente es una válvula de escape. Todas las etiquetas acabadas en *#facts* tienen un poco de eso. En el libro dedicamos un capítulo a los géneros breves, los antiguos y los nuevos: los chistes, las cadenas, los microrrelatos, etc. La gente es muy ingeniosa, y más ante la plomez de un debate como el de Rajoy y Rubalcaba. Y cuando te aburres, haces bromas.

Por otra parte, está el fenómeno de las dos pantallas. Empezamos a ver la televisión colectivamente: por el televisor y por el dispositivo a través del cual accedemos a las redes sociales. Es un fenómeno interesante. Con la ventaja de que no es disruptivo: solo lo atiendes si te apetece.

En el capítulo '¿Qué va a pasar?' hablas entre otras cosas de la redefinición de la prensa y del cambio en la narrativa. ¿Puedes citar algunos ejemplos de medios o de periodistas que en tu opinión hacen un buen uso de Twitter?

En Estados Unidos hay multitud de ejemplos de periodistas que han convertido su perfil de Twitter en un medio: [@nickkristof](#), de *The New York Times*, unos cuantos periodistas de la NPR. Y muchísimos más. En España tenemos el caso de [@jordipc](#), que ha hecho una cobertura extraordinaria los conflictos en Oriente Medio. O a [@iescolar](#), que ha creado su propia marca. Tiene unos altavoces amplísimos en las redes sociales, ya no le hace falta formar parte del ecosistema de los medios.

Después hay otro tipo de casos, como el de [@pedroj_ramirez](#), que tiene muchísimos seguidores (más de 70.000). En su caso podríamos hablar de la fe del converso...:) Y muchos más: [@rosamariaartal](#), [@silviacobo](#), Enrique Meneses ([@emenesesm](#)), a sus ochenta y pico años...

¿Puedes hacer el mismo ejercicio con escritores y con celebrities? ¿Y el ejercicio contrario? (el uso indebido) Se me ocurre, por ejemplo, el caso de @JordiGlez y su reacción a la campaña contra La Noria iniciada por @PabloHerreros.

Sigo con mucho interés a unos cuantos escritores mexicanos: **Guillermo Arriega** ([@G_Arriega](#)) o **Cristina Rivera Garza** ([@criveragarza](#)). El de **Pérez-Reverte** ([@perezreverte](#)) está bien, a su manera..., aunque creo que tiene gente que le ayuda. Y me gusta mucho **Quim Monzó** ([@quimmonzo](#)), que ha desarrollado 'la narrativa del retuit'.

En cuanto a celebridades, hay poca cosa, exceptuando a **Eva Hache** ([@eva_hache](#)), que creo que lo hace muy bien. Es simpática, humilde... El ecosistema español en Twitter es distinto de, por ejemplo, el de México. Allí los presentadores de televisión tienen muchísimos seguidores. Aquí triunfan más los futbolistas. El de [@JordiGlez](#) es un caso de libro. Se ha topado con un profesional que dominaba el medio, con experiencia en las redes sociales y capacidad que 'hacer girar la noria'... y ha pisado la cola del león. El problema es que hasta ahora, a los periodistas no nos cuestionaba nadie. O al menos no trascendía. Ahora, las críticas de los espectadores escapan totalmente a nuestro control. Y algunos aún no se han sabido adaptar a este nuevo estado de las cosas.

PUBLICIDAD. [Consulte aquí los resultados de la lotería](#)

LAVANGUARDIA.COM