

CARLOS ALBALADEJO CONVERSA AMB JACK DORSEY



Joan Roca de Viñals

Carlos Albaladejo (esquerra) va tenir l'oportunitat de reunir-se amb Jack Dorsey (dreta) fa poc a Barcelona / Carlos Albaladejo (izquierda) tuvo la oportunidad de charlar con Jack Dorsey (derecha) recientemente en Barcelona / Carlos Albaladejo (left) had the chance to meet Jack Dorsey (right) during his recent visit to Barcelona /

“La brevetat inspira creativitat”



Jack Dorsey és, als 30 anys, un dels emprenedors de més èxit de Silicon Valley. Enginyer de programari, el 2006 va llançar juntament amb Biz Stone i Evan Williams una eina, Twitter, que ha redibuixat el mapa dels mitjans socials i ha donat lloc al *microblòguing*. El servei ha experimentat un creixement espectacular, i només als Estats Units, el mes de juny passat va rebre 20,1 milions de visitants únics. **Carlos Albaladejo**, de 29 anys, és especialista en comunicació digital. Des d'abril del 2008 fins al juny del 2009 ha estat a càrrec de la coordinació tècnica de la Càtedra UNESCO d'e-Learning de la UOC, des de la qual ha llançat el blog www.unescochair.blogs.uoc.edu. Actualment forma part de l'Oficina Tècnica de l'eLearn Center. Ambdós joves són uns apassionats de la tecnologia, de les xarxes socials i de les repercussions que tenen en el funcionament de la nostra societat.

Jack Dorsey es, a sus 30 años, uno de los emprendedores con mayor éxito en Silicon Valley. Ingeniero de software, lanzó en 2006 junto a Biz Stone y Evan Williams una herramienta, Twitter, que ha redibujado el mapa de los medios sociales y ha dado lugar al *microblogging*. El servicio ha experimentado un crecimiento espectacular: sólo en Estados Unidos recibió 20,1 millones de visitantes únicos en el mes de junio de 2009. **Carlos Albaladejo**, de 29 años, es especialista en comunicación digital. Desde abril de 2008 hasta junio de 2009 ha estado a cargo de la coordinación técnica de la Cátedra UNESCO de e-Learning de la UOC, desde la que ha lanzado el blog www.unescochair.blogs.uoc.edu. Actualmente forma parte de la Oficina Técnica del eLearn Center. Ambos jóvenes son apasionados de la tecnología, de las redes sociales y de sus repercusiones en el funcionamiento de nuestra sociedad.

Jack Dorsey is, at 30, one of the most successful entrepreneurs in Silicon Valley. A software engineer, in 2006, along with Biz Stone and Evan Williams, he launched Twitter, a tool which has redrawn the map of social media and given rise to microblogging. The service has experienced massive growth: in the United States alone it received 20.1 million hits in June 2009. **Carlos Albaladejo**, 29, is an expert in digital communication. From April 2008 to June 2009 he was in charge of technical co-ordination of the UNESCO Chair in e-Learning at the UOC from which he launched his blog www.unescochair.blogs.uoc.edu. He is currently part of the Technical Office of the eLearn Center. Both are passionate about technology, social networks and how they affect the way our society functions.

“La brevedad inspira creatividad”

“Brevity inspires creativity”

“El coneixement es construeix amb petits detalls”

Entre el ventall d'eines que caracteritzen l'anomenada *web social*, Twitter és alhora la més senzilla i la més humana, i ja ha demostrat ser de gran utilitat a l'hora de vertebrar relacions socials, fins i tot a gran escala. Com va començar? Sempre m'ha fascinat veure com funcionen les ciutats i què hi passa a temps real. Em vaig sentir molt atret per la idea de gestionar aquesta informació. Volia col·locar el funcionament d'una ciutat en un mapa. Em va semblar que la manera més assenyada de començar era apropar-se a les persones que hi són en ruta: missatgers que reparteixen paquets, camioners, ciclistes etc. Si agafes un taxi, els conductors sempre t'expliquen qui són, d'on vénen i quina ha estat l'última persona que han dut al darrere. Si agafes tots els taxis de Barcelona i els demanes que t'expliquin on van i què estan fent, obtens un mapa visual molt complet de tot el que hi està passant. Però en aquest mapa hi trobava a faltar les per-

Entre el abanico de herramientas que caracterizan la llamada *web social*, Twitter es al mismo tiempo la más simple y la más humana, y ya ha demostrado ser de gran utilidad a la hora de vertebrar relaciones sociales, incluso a gran escala. ¿Cómo empezó todo? Siempre me ha fascinado cómo funcionan las ciudades y qué sucede en ellas en tiempo real. Empecé a sentirme muy atraído por la idea de gestionar esa información. Quería colocar el funcionamiento de una ciudad en un mapa. Me pareció que el modo más sensato de empezar era acercarse a las personas que están en ruta por las ciudades, mensajeros que reparten paquetes, camioneros, ciclistas, etc. Si coges un taxi, los conductores siempre te cuentan quiénes son, de dónde vienen y quién fue la última persona que llevaron en el asiento de atrás. Si coges todos los taxis de Barcelona y les pides que te cuenten a dónde van y qué están haciendo, obtienes un mapa

Within the range of tools which make up the so-called social web, Twitter is both the simplest and the most human, and has been extremely helpful in providing structure for social relations, even on a large scale. How did it all come about? I've always been fascinated by how cities function and what happens in them in real-time. I began to feel very drawn to the idea of managing this information. I wanted to put the way a city functioned on a map. I thought the most sensible way to go about this was to find out about the people who are on the move around the city; couriers who deliver parcels, lorry-drivers, cyclists, etc. If you catch a taxi, the driver always tells you who they are, where they've just come from and who was the last person who travelled with them. If you catch all the taxis in Barcelona and ask them to tell you where they're going and what they're doing you will get a virtually complete visual map of what is going on in the city.

“El conocimiento se construye con pequeños detalles”

sones, els ciutadans... els meus amics. I d'aquí va sorgir la idea que em va dur a treballar en un prototipus de Twitter l'any 2000, basat en una Blackberry, i que funcionava a través del correu electrònic. En aquella època, jo era usuari de serveis com LiveJournal o el sistema de missatgeria IM, i el seu missatge d'absència em va inspirar: volia poder actualitzar-lo en qualsevol moment i en temps real. I així va ser com vaig començar a desenvolupar la llavor de Twitter, però el problema era que quasi ningú no feia servir la Blackberry perquè era molt cara. El 2005, quan el servei de SMS es va popularitzar als Estats Units, ens vam adonar que aquest tipus de missatges funcionaven perfectament. Així que vam pensar: i per què no ho fem a l'estil dels SMS? Podria ser fantàstic. I ho va ser.

Des de llavors, Twitter s'ha convertit en una eina imprescindible per a la comunicació social. A la darrera reunió del G20 a Londres, els

visual muy completo de lo que está pasando en la ciudad. Pero en ese mapa echaba de menos a las personas, los propios ciudadanos; a mis amigos. De ahí surgió la idea que me llevó a trabajar en un prototipo de Twitter en el año 2000, basado en una Blackberry y que funcionaba mediante correo electrónico. En aquella época, yo usaba servicios como LiveJournal o el sistema de mensajería IM, cuyo mensaje de ausencia me resultó muy inspirador: quería poder actualizarlo en cualquier momento y en tiempo real. Así comencé a desarrollar el germen de Twitter, pero el problema es que casi nadie usaba Blackberry porque era muy caro. En 2005, cuando el servicio de SMS se popularizó en EEUU, nos dimos cuenta de que ese tipo de mensajes funcionaban perfectamente. Así que pensamos: ¿Por qué no lo hacemos al estilo de los SMS? Podría ser genial. Y así fue.

But this map would miss the people, the actual citizens, my friends. From there I got the idea to work on a prototype of Twitter in the year 2000, based on a Blackberry, which worked via e-mail. At that time, I used services like LiveJournal or the messaging system IM, whose away message proved really inspirational to me: I wanted to be able to update it whenever I wanted to in real-time. That's how I started to develop the root of Twitter, but the problem was that hardly anybody used Blackberry because it was expensive. In 2005, when SMS became popular in the US, we realised that this type of messaging worked perfectly, so we thought, 'Why don't we do it in the style of SMS? It could be brilliant'. And it was.

Since then Twitter has become an indispensable tool for social communication. During the last meeting of the G20 in London, the demonstrators outside kept up to date via the tool that you crea-

“Knowledge is built out of small details”

manifestants a peu de carrer es van mantenir al dia de les novetats a través de l'eina que tu vas crear. I en altres països, com l'Iran o Egipte, Twitter està sent útil per a l'activisme social i polític. Suposo que et refereixes a la història de James Karl Buck, un estudiant de periodisme de la Universitat de Califòrnia, a Berkeley, que va anar a Egipte a cobrir les protestes d'abril del 2008. Tot i que havia teixit una xarxa social considerable, se sentia frustrat perquè mentre que tothom sabia on i quan havia de tenir lloc la pròxima manifestació, ell sempre hi arribava tard. Va descobrir que els manifestants egipcis feien servir Twitter per convocar les protestes i eludir les autoritats i s'hi va donar d'alta i va anar per primer cop a una manifestació. “Cada cop que augmenta el nombre de bigotis al teu voltant, és que està a punt de passar alguna cosa”, va explicar al seu Twitter. I al cap d'uns minuts, molts agents de policia (amb bigoti) el van envoltar i

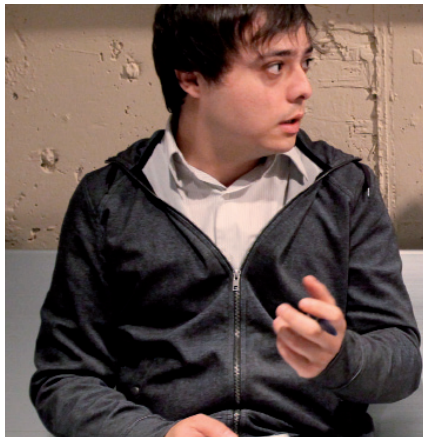
>>

Desde entonces Twitter se ha convertido en una herramienta indispensable para la comunicación social. En la última reunión del G20 en Londres, los manifestantes a pie de calle se mantuvieron al tanto de las novedades a través de la herramienta que tú creaste. En otros países, como en Irán o Egipto, el uso de Twitter está siendo útil para el activismo social y político. Te refieres a la historia de James Karl Buck, un estudiante de periodismo de la Universidad de California, en Berkeley, que fue a Egipto para cubrir las protestas de abril de 2008. A pesar de que había tejido una red social de tamaño considerable, se sentía frustrado al ver que mientras que todo el mundo sabía dónde y cuándo tendría lugar la siguiente manifestación, él siempre llegaba tarde. Tras descubrir que los manifestantes egipcios usaban Twitter para convocar las protestas y eludir a las autoridades, se dio de alta en la red y acudió a su primera protesta. “Cada vez que el número de bigotes

>>

ted. In other countries such as Iran and Egypt, Twitter is proving useful for political and social activism. You're referring to the story of James Karl Buck, a student of journalism at the University of California, Berkeley, who went to Egypt to cover the April 2008 protests. Despite having a sizeable social network, he was frustrated to find that everyone else seemed to know when and where the next demonstration was taking place, whereas he always arrived too late. After finding out that the Egyptian protesters were using Twitter to arrange the protests and to avoid the authorities, he joined the network and turned up at his first protest. “Whenever the number of moustaches around you increases you can guess that something is about to happen,” he tweeted. A few minutes later, several policemen (with moustaches) surrounded and arrested him. Before the police confiscated his telephone, Jack updated his Twitter status

>>



<<

el van detenir. Però abans que els agents li confisquessin el telèfon, va actualitzar el seu Twitter amb una única paraula, que van rebre els seus seguidors a Egipte i als Estats Units: “Arrestat”. Al cap de 24 hores havia aconseguit sortir de presó.

En el cas de Buck només calia una paraula per enviar un missatge urgent. Com es pot concentrar coneixement en només 140 caràcters? Crec que la brevetat inspira creativitat. Per exemple, la teva llibreta està plena de línies, és un gran espai. Molta gent no sabia què escriure-hi, és una mica difícil perquè és massa gran. És més fàcil afrontar-se a una tela petita que a una de gran, d’alguna manera t’obliga a centrar-te més en el moment actual, en el temps real. Sempre hem pensat que el coneixement és una cosa molt ben pensada, informació molt estructurada. Però no és així. Acumulem petits detalls per construir el coneixement. No té per què estar necessària-

<<

aumenta a tu alrededor puedes adivinar que va a pasar algo”, contaba en su Twitter. Al cabo de unos minutos, numerosos agentes de policía (con bigote) le rodearon y le arrestaron. Antes de que los agentes le confiscaran el teléfono, Jack actualizó su Twitter con una sola palabra, que fue recibida por todos sus seguidores en Egipto y Estados Unidos: “Arrestado”. En 24 horas había conseguido salir de la cárcel.

En el caso de Buck bastaba una palabra para lanzar un mensaje urgente, pero ¿cómo puede una persona concentrar conocimiento en sólo 140 caracteres? Creo que la brevedad inspira creatividad. Por ejemplo, tu cuaderno está lleno de líneas, es un gran espacio. Mucha gente no sabrá lo que escribir ahí, es un poco difícil porque el espacio es demasiado grande. Es más fácil aproximarse a un lienzo pequeño que a uno grande, de algún modo te obliga a enfocarte más en el momento actual, en el tiempo real. Siempre hemos pensado en

<<

with a single word ‘Arrested’. Within 24 hours he had managed to get out of prison.

In Buck’s case, one word was enough to send an urgent message, but how can anyone condense knowledge into just 140 characters? I think that brevity inspires creativity. For example, your notebook is full of lines. It’s a large space. Many people wouldn’t know what to write there. It’s a bit difficult because the space is too big. It’s easier to approach a small canvas than a big one. Somehow it forces you to focus more on the present, in real-time. We have always thought of knowledge as something incredibly well-thought out, as highly structured information. But it’s not like that; we amass small details to build knowledge. It doesn’t necessarily need to be condensed into 140 characters, but if we take a certain number of Twitter updates, you can call it knowledge. You could even call it wisdom.

“Twitter permet a organitzacions enormes que ningú no entén posar-se al nivell dels clients”

“Twitter permite a organizaciones enormes que nadie entiende ponerse al nivel de los clientes”

“Twitter allows huge organisations which people can’t understand to get on a level with their customers”

Those 140 characters can serve to build knowledge, but can also raise awareness of ideas, projects, initiatives and above all, brands.

The most interesting thing I’ve seen on this subject is that companies these days offer much more information. They are in direct contact with their customers. They chat with them via Twitter. I think it’s fascinating as it allows huge organisations which people don’t like or understand, such as Telefónica, (a Spanish telecommunications corp), to come down to our level, to the level of its customers. It makes that type of company more accessible, and if they keep it up, more socially responsible as they offer a constant stream of information in the public domain.

But not all businesses act like that. The risk of a tool like Twitter lies in getting lost in the noise: the difference between a conversation between Telefónica and its customers and spam isn’t a very big

>>

<<

ment condensat en 140 caràcters, però si agafes un nombre concret d'actualitzacions de Twitter, les pots interpretar com a coneixement. Fins i tot pots interpretar-les com a saviesa.

Aquests 140 caràcters poden servir per construir coneixement, però també per donar a conèixer idees, projectes, iniciatives i, sobretot, marques comercials. El més interessant que he vist en aquest sentit és que ara les empreses ofereixen molta més informació. Estan connectant directament amb els seus clients, hi parlen a través de Twitter. Crec que és fascinant, perquè permet a organitzacions enormes que no agraden o que ningú no entén, com ara Telefònica, posar-se al nostre nivell, al nivell dels clients. I això fa que aquestes empreses siguin més accessibles, i en la mesura en què segueixin fent-ho, més responsables a escala social, perquè ofereixen informació de manera constant i pública.

<<

el conocimiento como en algo increíblemente bien pensado, como información muy estructurada. Pero no es así, amasamos pequeños detalles para construir el conocimiento. No tiene por qué estar necesariamente condensado en 140 caracteres, pero si tomas un número determinado de actualizaciones de Twitter, puedes interpretarlo como conocimiento. Puedes interpretarlo incluso como sabiduría.

Esos 140 caracteres pueden servir para construir conocimiento, pero también para dar a conocer ideas, proyectos, iniciativas y, sobre todo, marcas comerciales. Lo más interesante que he visto al respecto es que las empresas ofrecen ahora mucha más información. Están conectando directamente con sus clientes, conversan con ellos a través de Twitter. Creo que es fascinante porque permite a organizaciones enormes que no gustan a la gente o que nadie entiende, como Telefónica, ponerse a nuestro nivel, al nivel de sus clientes.

<<

one... It's true but perhaps the most interesting thing about Twitter is that it's totally defined by the recipient. It's me who decides whether to subscribe to an account or not, good or bad. If a user ceases to be useful to me I leave them. The user is the one who really turns the tool on and off. Spam is a pain, because you have a series of unwanted people subscribing to your account, but that doesn't damage the experience. Having said that, we are conscious of the problems spam causes; if we find either a business or an individual who commits abuse or hassles people, we contact them.

Però no totes les empreses actuen així i el risc d'una eina com Twitter rau en el soroll: no hi ha gaire diferència entre una conversa de Telefònica i els seus clients i l'spam... És veritat, però potser el més interessant de Twitter és que està totalment controlat pel receptor. Jo sóc qui decideixo subscriure'm a un compte, sigui dolent o no. I si un usuari ja no m'és útil, el deixo. És l'usuari qui realment encén i apaga l'eina. L'*spam* és molest, perquè tens una sèrie de persones no desitjades subscrites al teu compte, però no va en detriment de l'experiència. Un cop dit això, som conscients de les molèsties que ocasiona l'*spam*, i si trobem no ja una empresa sinó un simple compte que comet abusos o molesta la gent, ens hi posem en contacte.

Michel Bauwens, creador de la P2P Foundation, sosté que traslladar a la nostra societat la filosofia del *peer-to-peer* en què es basen les

Esto hace a este tipo de empresas más accesibles y, en la medida que continúen con esta práctica, más responsables a nivel social, porque ofrecen información de forma constante y de un modo público.

Pero no todas las empresas se comportan así, y el riesgo de una herramienta como Twitter reside en el ruido: la distancia que separa una conversación entre Telefónica y sus clientes y el spam no es muy grande... Es cierto, pero quizás lo más interesante de Twitter es que está totalmente controlado por el receptor. Soy yo quien elijo suscribirme a una cuenta, mala o no. Si un usuario deja de serme útil, lo dejo. Es el usuario quien realmente enciende y apaga la herramienta. El *spam* es molesto, porque tienes a una serie de personas no deseadas suscritas en tu cuenta, pero no va en detrimento de la experiencia. Una vez dicho esto, somos conscientes de las molestias que causa el *spam*: si encontramos no ya una empresa sino una

Michel Bauwens, creator of the P2P Foundation, states that transferring the peer-to-peer philosophy on which the well-known file-sharing sites are based to our society is one of the few ways to assure social equality in conversation. Did you think of those kinds of things when you were developing the tool? No, I only thought about the use that I wanted it to have. To me that's the important thing as you can't anticipate how people will use the technology, which is why I believe it's best to leave it open. I had a particular use in mind. I wanted to be in contact with my friends as much as possible. I wanted to know where they were and what they were doing. People interpret the question we ask them, ('What are you doing?') in many different ways, which is great. I also wanted robots to be able to use the system. For example, in Twitter there's a plant with a water sensor and when it gets dry it asks it's carer to water

“Sabíem que era un concepte amb un gran potencial”

famoses xarxes d'intercanvi d'arxius és una de les poques maneres de garantir la igualtat de la conversa social. Vas plantejar-te aquest tipus de qüestions a l'hora de construir Twitter? No, només vaig pensar en l'ús que volia que tingués. Per a mi, això és el més important, perquè no pots preveure com la gent utilitzarà la tecnologia, així que crec que és bo deixar-la oberta. Jo havia pensat un ús en concret: volia estar en contacte amb els meus amics tant temps com fos possible. Volia saber on eren i què feien. La gent interpreta la pregunta que els fem (Què estàs fent?) de maneres molt diferents, cosa que és genial. També volia que el sistema pogués ser utilitzat per robots. Per exemple, a Twitter hi ha una planta amb un sensor d'aigua, i quan està seca li demana a qui en té cura que la regui. Em fascinen aquest tipus de coses: sensors que converteixen el món en un lloc més accessible.

simple cuenta que comete abusos o molesta a la gente, contactamos con ellos.

Michel Bauwens, creador de la P2P Foundation, assegura que traslladar la filosofia peer-to-peer en la que se basan las famosas redes de intercambio de archivos a nuestra sociedad es una de las pocas maneras de asegurar la igualdad en la conversación social. ¿Pensaste en este tipo de cosas a la hora de construir la herramienta? No, solamente pensé en el uso que quería que tuviera. Para mí, esto es lo importante, porque no puedes anticipar de qué manera la gente usará la tecnología, por lo que creo que es bueno dejarla abierta. Yo tenía pensado un uso en particular. Quería estar en contacto con mis amigos la mayor cantidad de tiempo posible. Quería saber dónde estaban y qué hacían. Las personas interpretan la pregunta que les hacemos (¿Qué estás haciendo?) de maneras muy distintas, lo cual es genial. También quería que el sistema

it. That kind of thing fascinates me, sensors which make the world a more accessible place.

The figures for the use of Twitter are amazing; every month beats the previous one in terms of growth, it's the brand with the biggest presence in social networking. Aren't you worried about the speed that it's all happening at? We realised from the beginning that the concept had great potential. We could tell that something was going to happen. But we didn't know that it would happen so quickly. That's the surprising part: the immediacy with which the service became useful to millions of people. It's a little frightening, but it's also extremely exciting. Nothing seems as fascinating to me as having all these people ready to interact in such an immediate way, worldwide. ■

“Siempre supimos que el concepto tenía un gran potencial”

“We realised from the beginning that the concept had great potential”

Les xifres sobre l'ús de Twitter són espectaculars: cada mes supera l'anterior amb escreix. És la marca amb més presència a les xarxes socials. No et fa por que tot això vagi tan ràpid? Sempre vam saber que era un concepte amb un gran potencial. Intuíem que passaria alguna cosa, però no que seria tan de pressa. Aquesta és la part sorprenent: la immediatesa amb què el servei va començar a ser útil per a milions de persones. Fa una mica de por, però al mateix temps és extremament apassionant. No se m'acut res més fascinant que tenir tota aquesta gent disposada a interaccionar d'una manera tan immediata per tot el món. ■

podiera ser usado por robots. Por ejemplo, en Twitter existe una planta con un sensor de agua, y cuando está seca le pide a su cuidador que la riegue. Este tipo de cosas me fascinan, sensores que convierten el mundo en un lugar más accesible.

Las cifras sobre el uso de Twitter son espectaculares: cada mes supera al anterior con creces, es la marca con mayor presencia en redes sociales. ¿No te da miedo que todo vaya tan rápido? Siempre supimos que el concepto tenía un gran potencial. Podíamos sentir que algo iba a suceder, pero no sabíamos que pasaría de una forma tan rápida. Esa es la parte sorprendente: la inmediatez con la que el servicio empezó a ser útil para millones de personas. Da un poco de miedo, pero al mismo tiempo es extrema mente apasionante. No se me ocurre nada más fascinante que el hecho de tener a toda esa gente dispuesta a interactuar de un modo tan inmediato por todo el mundo. ■

Jack Dorsey on Twitter twitter.com/jack

Monograph about Twitter in The Daily Telegraph
www.telegraph.co.uk/technology/twitter/

Microblogging microblogging.com/

Quantcast: Statistics on Twitter users' profiles
www.quantcast.com/twitter.com#demographics

Tweteerland, Twitter applications
tweeterland.com/twitter-applications/
