

# Reconecta

con lo que está pasando

[@planerpila](#)  
[@pablomasanse](#)





## @Abstract

Una idea en cada dato

Estamos en un punto de inflexión reordenando necesidades y valores, y por tanto comportamientos.

La *#oportunidad* es grande. Y el tiempo apremia.

Twitter **lanza 29 provocaciones creativas a las marcas españolas** inspiradas en la conversación pública, misión última de Twitter.

Seguro que estos datos pueden provocar muchas más para campañas futuras.

////

*¿Cómo hacemos un ovillo con todo lo que sabemos?  
No me guardes en cajones lo que se merece incendios*

////

Complicidad. [@vanesamartin\\_](#)





## \*Por qué un paper de Twitter

**Twitter** es lo que está pasando y a dónde va la gente para hablar de ello.

A la opinión pública hoy le pasan muchas cosas. Millones de ideas nuevas se tuitean en tiempo real.

Es el focus group más grande que existe.

Algunas de las formas de lanzar un producto y de conectar con lo que está pasando pueden cambiar.

El valor de la audiencia influyente es que anuncia muchas de las tendencias sociales que devengan en cultura.



**/Twitter y las marcas  
son parte esencial en la  
creación de cultura**





## Nota de los autores

Nuestro amor por **Twitter** y las marcas nos ha dado la fuerza para escribir estos artículos.

Incluimos la bibliografía completa, 50 variaciones de la conversación pública española, algo más de 200 datos relevantes y más de 100 tuits de personas, personajes, [viñetistas](#), agencias, profesores, marcas y medios, que a nuestro parecer son incisiones quirúrgicas de la realidad con la que las marcas necesitan reconectar.

A todos, #Gracias. Porque son ellos los que crean la magia de Twitter.

Puede leer los artículos, navegar los tuits en el texto o los datos. En cada relectura le espera una nueva conexión con sus problemas de negocio.

Twitter [Listens & Dos](#). [Una idea en cada dato](#)

[@pablomasanse](#), Head of Marketing Insights

[@planerpila](#), Head of Twitter **NEXT**

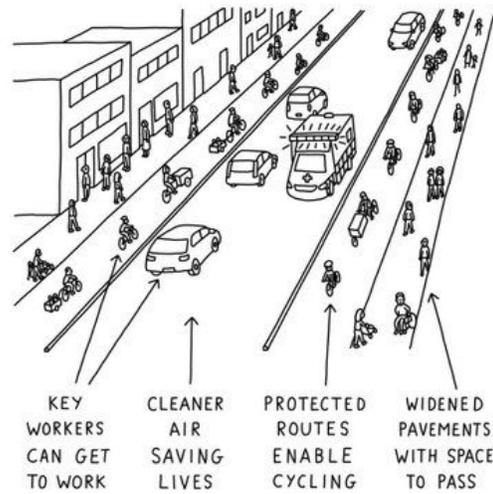
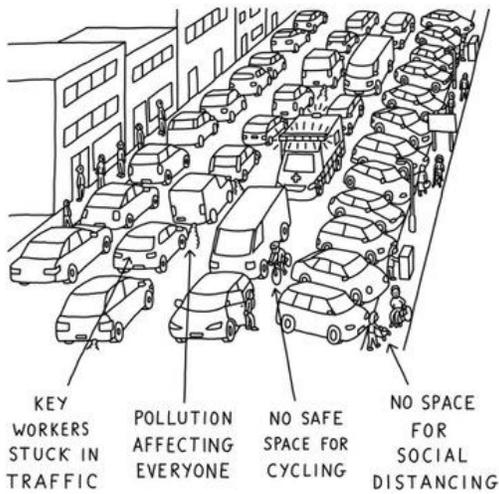
**Septiembre de 2020.** Sigue en el [Blog](#)

*TT: trending topic  
+999%: variación del volumen de menciones a esa palabra, o grupo de palabras, durante el período analizado (especificado en la Fuente).*



# DECISION TIME

BACK TO NORMAL, OR FAST TRACK TO THE FUTURE?



we are  
**cycling**  
uk

[CYCLINGUK.ORG/SPACE-FOR-DISTANCING](https://CYCLINGUK.ORG/SPACE-FOR-DISTANCING)

[dave.walker.com](https://dave.walker.com)

## Indice

- Lo Normal
- Lo Prohibido
- Lo Último
- Lo Primero
- Lo Importante
- Lo Peligroso
- Lo Viral
- Lo Positivo +



/Qué es *lo normal* para su marca en Twitter

/Qué de *lo prohibido* se atrevería hacer su marca en Twitter

/Qué fue *lo último* que hizo su marca en Twitter

/Qué es *lo primero* que va a hacer su marca ahora en Twitter

/Qué es *lo importante* para su marca ahora

/Qué es *lo viral* que su marca puede crear

/Qué es *lo peligroso* para su marca en Twitter

/Qué es *lo positivo +* que tiene su marca para dar, ahora



**/La Naturaleza cambia al  
hombre de forma inmediata,  
pero es la conciencia  
colectiva la que cambia su  
cultura.**

104 caracteres



# /50 variaciones

## Conversación en España+

#cuarentena	+1436%	#farmacias	+409%
#mascarillas	+1076%	#veneno	+387%
#AnimalCrossing	+965%	#gracias	+387%
#censura	+962%	#supermercados	+299%
#Vacuna	+843%	#tiktok	+257%
#esperanza	+822%	#disneyplus	+241%
#autónomos	+807%	#Skype	+227%
#test	+774%	#Casa	+202%
#playstation5	+713%	#recuerdos	+197%
#cooking	+672%	#Ansiedad	+170%
#recipes	+646%	#sueños	+163%
#calma	+613%	#paro	+135%
#lavatelasmanos	+598%	#niños	+124%
#Webinar	+584%	#saludmental	+117%
#Covid19	+583%	#streaming	+86%
#stopbulos	+568%	#Pan	+76%
#Teletrabajo	+562%	#últimahora	+72%
#lacasadepapel	+517%	#nostalgia	+44%
#Crisis	+499%	#Hereticstalents	+41%
#nintendoswitch	+468%	#emociones	+35%
#héroes	+466%	#MarcaEspaña	+33%
#díadelPadre	+462%	#Leagueoflegends	+26%
#Solidaridad	+453%	#Netflix	+19%
#hilo	+418%	#productividad	+19%
#sanidadpublica	+413%	#china	+18%

*\*Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*



# /Lo normal

## La nueva normalidad son los padres

La [nueva normalidad](#), anterior a la próxima normalidad (2021-22-23?), presupone en su definición la existencia de una [vieja normalidad](#). Pero España siempre ha sido un poquito [different](#). Las primeras imágenes del desconfinamiento nos enseñaron una población [ávida por recuperar](#) antiguas costumbres. [Como la de hacer cola](#). Y puede que lo estemos pagando otra vez de cara al Otoño.

Probarse un pantalón, mirar un coche nuevo - híbrido o eléctrico - comprar el cupón, ir al cine o posar la toalla en la arena implican una disciplina que nunca hemos ejercitado.

# 71%

de las personas de  
Twitter en España  
piensa que el brote  
durará 6 meses o más

*Fuente: GlobalWebIndex, COVID-19 research release 10: multi-market insights [ola 4], campo en 20 países entre el 19 y 26 de mayo de 2020. ¿Cuánto tiempo crees que durará el brote de coronavirus / COVID-19 en tu país / en el mundo?*

Seamos honestos, porque la honestidad es el principio de una gran campaña publicitaria en Twitter. Se impone una nueva urbanidad. Si quiere consumir, que es lo mismo que ser libre, va



a tener que esperar. Qué pasará a la generación de la inmediatez. Compramos más online, así que queremos un e-commerce que entregue en dos horas. Cómo atender a los impacientes. Y a los [amantes del lujo](#)...

Decenas de miles de *Tuits* mostraron a la [policía](#) en el [balcón](#). Hacer cola para sentarse en una terraza va a necesitar de paciencia. Se prevé alta tensión.

La nueva normalidad es la nueva paciencia. Y es [un poco rollo](#).

Decidnos, marcas: Qué hacemos mientras esperamos.

# 59%

de las personas de  
Twitter en España  
consideran importante  
que las marcas y  
empresas vuelvan a la  
normalidad

*Fuente: GlobalWebIndex, COVID-19 research  
release 10: multi-market insights [ola 4], campo en  
20 países entre el 19 y 26 de mayo de 2020.  
¿Cómo de importantes son estas cosas para tí?  
Que las marcas / empresas vuelvan a la normalidad  
(por ejemplo, abrir tiendas, campañas de  
publicidad regulares, etc.) Importancia de la vuelta  
a la normalidad*

La compra física [nos devuelve libertad](#) por encima de la compra online. Esto no es muy “normal”, o no era lo esperado: Una oportunidad única, no solo para poner catenarias y sombra, baño, calefacción o hidratación en las puertas de comercios, sino para repensar la experiencia de compra al completo.

Mientras tanto en [Amazon](#)...Y en [Microsoft](#)...



La nueva normalidad es la vieja con condiciones.

**Provocación #1:** Con qué ayudas, contenidos, conversaciones y mensajes instantáneos llenarán las marcas la experiencia mientras se espera, consecuencia de las medidas.

¿Habrán *fast track* instantáneo por Twitter? ¿Pre reservas? ¿Hotline?

Se venderá más online... Pero, ¿Y la experiencia de marca? ¿Y la atención al cliente?

**Necesidad:** Ser normal

**Valor:** Civismo

**Nuevo comportamiento:** Esperar / e-commerce

## Abulia

[Leer](#), estudiar, practicar un hobby, llamar a la familia más o por primera vez, o hacer [ejercicio](#) requieren el esfuerzo de las personas. Si además se tiene depresión y [estrés postraumático](#) es como gritarle a Carlos que arranque un coche hecho de arena en el fondo del mar. La depresión no funciona así. Y lo sabes.

Tres meses encerrados han atrofiado nuestra capacidad social, reordenado prioridades, pero lo esencial, es que nos ha otorgado cientos de horas de reflexión. Y de aburrimiento. Apunte esto:

# El 29 de mayo de 2020 fue el día más triste de la historia de Twitter

\*Fuente: [@hedonometer](#)



O sea, de más de 186 millones de personas.

Qué vamos a hacer y cómo. Volver a la oficina cogiendo el [transporte público](#) parecen [misiones imposibles](#). Habrá que pensar cómo nos queremos mover por la ciudad.

Pero, ¿y si me fuera de la ciudad?

## #Productividad

# +19%

*\*Fuente: \*Menciones a #Productividad crecieron un 19% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

Salir a la nueva normalidad es un esfuerzo [físico](#), psíquico, económico y [espiritual](#). Ante la incertidumbre a largo plazo hay quien no toma mayores decisiones, pues la vida va. Pareciera que ahora todo puede esperar. Un viaje, una boda, un coche nuevo, reservar un restaurante, quedar con los amigos o ir al estadio.

Pero estamos aquí para crear valor a la gente y a las marcas cuando más lo necesitan.

Para reactivar la actividad, el [consumo](#) y la fuerza para seguir, muchos van a necesitar un empujón de energía vital, especialmente las personas que hayan perdido familiares, las personas en desempleo, los padres, madres y tutores con niños, los trabajadores esenciales y mal pagados.



# #Héroes +466%

*\*Menciones a #Heroes crecieron un 466% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

**Provocación #2: ¿Qué marca nos pondrá las pilas de la confianza con mucho cariño?**

**Necesidad:** Salir de la hibernación  
**Valor:** Emprendimiento  
**Nuevo comportamiento:** [Atreverse](#)

## Este pueblo no es mi pueblo

La preocupación #1 de los usuarios de Twitter en España era que se contagiaran familiares o amigos. La nueva barrera física invisible es la conciencia conveniente de los propios hijos.

# #díaDelPadre +462%

*\*Fuente: \*Menciones a #DíaDelPadre crecieron un 462% Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*



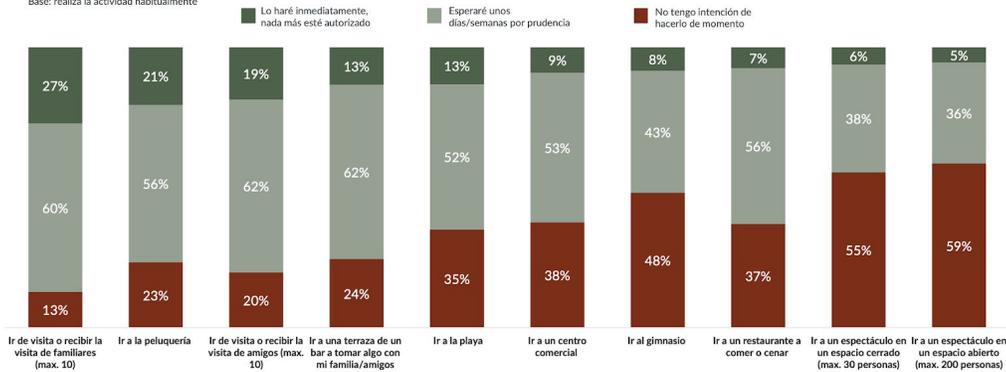
Por lo tanto, hablemos de un [verano y otoño 2020](#) sin [planes](#) a la vista. [Escapadas](#) de proximidad express de [último minuto](#) será tendencia. ¿Iremos a pueblos que no son nuestros pueblos porque [no tenemos familiares allí](#)? Algo tan triste como practicar el confinamiento familiar. Es decir, no visitar seres queridos de avanzada edad.

Reunirnos con nuestros familiares es la actividad que esperamos realizar con mayor inmediatez, seguida por las visitas a la peluquería y las reuniones con amigos. Sin embargo, no tenemos ninguna prisa por asistir a espectáculos.



### Realización de actividades permitidas

Base: realiza la actividad habitualmente



DES07. ¿Cuál es tu intención de realizar cada una de las siguientes actividades a medida que vayan estando permitidas?

© GfK 16

Olvidados los destinos de ultramar, nos hemos enfrentado a la imagen del *boom* turístico nacional que vivieron nuestros padres. Torremolinos 73. Qué momentos para revivir. Por cierto, sin turistas.

**Provocación #3: ¿Qué marca le conseguirá pueblos nuevos a la gente? ¿Y a los mayores que se quedan solos, quién les llevará “hijos”?**



# /Lo prohibido

## El aplauso obligatorio

Pongámoslo fácil: Lo único que no ha estado prohibido durante el confinamiento ha sido aplaudir.

La suspensión de [libertades fundamentales](#), individuales o comunitarias supeditadas a la salud pública no han podido discutirse. Así, cosas normales como darse un abrazo ya no lo son, pero anote que el himno oficial se escucha sin mascarilla. Cosas que no estaban prohibidas han tenido [un acuerdo tácito social](#). Sometidos a un bien mayor.

#Yomequedoencasa

633.000

\*Fuente Brandwatch: 633K menciones a #QuedateEnCasa en España entre Marzo y Mayo.

El mundo se enfrentaba a una catástrofe “junto”. Pero los deseos no han [dejado de existir](#). Las tensiones que nos llevan a lo [prohibido](#) están de vuelta, porque somos seres morales con [instintos](#) que satisfacer.

No era momento para risas. Vivíamos pegados al canal oficial. No se podía disfrutar de los amigos, de una caña, de una bebida con o sin alcohol. Ha habido [botellones](#) en el tiempo de descuento, porque la necesidad de conexión, identidad y [escapismo](#) - la [lectura](#) en [España ha aumentado](#) - no pueden prohibirse, deben orientarse.

Ser [adolescente](#) durante la pandemia es algo que solo entenderemos escuchando [su conversación](#) en Twitter.

En nuestra marcha por (intentar) ser felices, el olvido es una herramienta selectiva que dota a los humanos de mirada al frente.

Desgraciadamente, [olvidar las causas](#) es reencontrarse con las consecuencias.



**Provocación #4:** ¿Está preparada su marca para una recaída en confinamiento y su consecuente aumento de restricciones?

## La ley seca de la autoprohibición

También nos hemos prohibido cosas nosotros. Nos podríamos haber prohibido los dulces, pero la ansiedad y el sedentarismo ha devuelto a las calles una población XXL.

**#Engordar**  
**+1.121%**

*\*Fuente: Brandwatch - menciones relativas a #engordar presentan dos interesantes picos: uno al principio de la cuarentena (13-15 de marzo; +1121% de lo habitual) y otro al final (mayo 4; +941%)*

A [fat new](#) world. Quizá ahora, tocar la mercancía esté prohibido; Quizá los niños con las manos sucias estén prohibidos. Los chistes, dónde quedaron.

¡Con lo que nos reímos en Twitter! Qué cantidad de prohibiciones tendremos que normalizar. Pero lo prohibido es el límite que nos define. Las puertas de ese jardín pueden cruzarse bajo determinadas circunstancias. [Cuando nadie nos ve](#).

Quién nos llevará al placer a oscuras de la [última fila del cine](#), o a pisar la hierba descalzos. Prohibir prohibir, ¿es posible ahora?

**Provocación #5:** ¿Qué marcas nos harán quedar, opinar, correr, reír, abrazar, salir, [endulzar](#) y gritar.

**Necesidad:** La atracción de lo prohibido

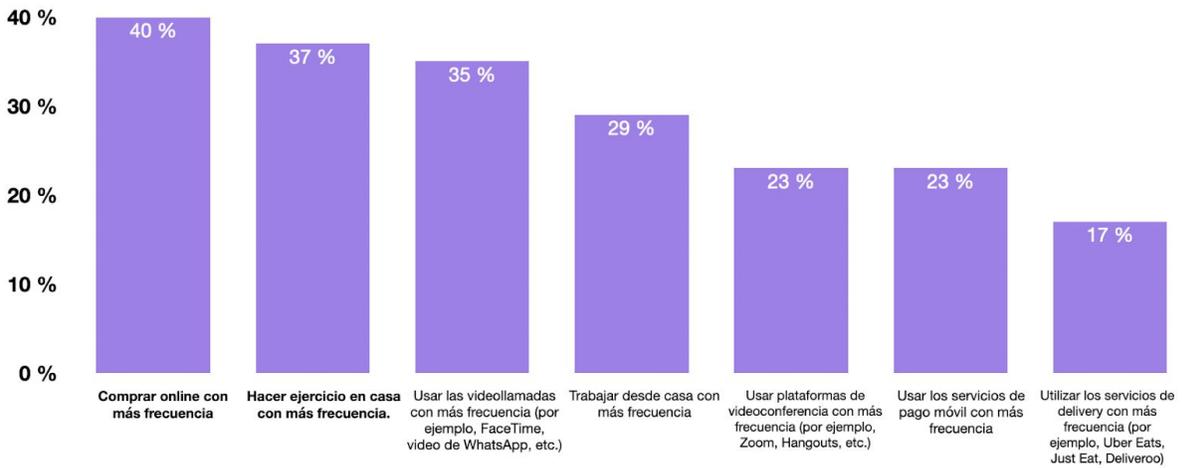
**Valor:** Rebeldía

**Nuevo comportamiento:** Liberación / miedo = Nivel de auto sanción



# /Lo primero

**Incluso después de la pandemia, se planea comprar online y trabajar / hacer ejercicio desde casa más**



*\*Fuente: GlobalWebIndex, COVID-19 research release 10: multi-market insights [ola 4], campo en 20 países entre el 19 y 26 de mayo de 2020. España, filtrado por usuarios de Twitter. Después de que termine el brote, ¿crees que harás algo de lo siguiente? - Incrementos*



# El placer del reencuentro no es igual a placeres re-encontrados

El pan nuestro de cada día, [cocínalo](#) hoy. Nuestra primera mascarilla; nuestra primera videollamada con amigos; llamar a un ex en años; nuestro primer día sin salir de casa. La primera semana. El primer mes, y sí llegará el primer año...

## #Pan

# +196%

\*El 12 de marzo hubo un pico de menciones relacionadas con #pan (+196% vs lo habitual) - Fuente: Brandwatch

Ha sido una época de estrenos acumulados e involuntarios. Todos hemos pasado por ellos. Las [primeras cañas virtuales](#) han dado paso a las reales. Estas cañas, que además ayudan psicológicamente, y otros caprichos de ocio de andar por casa, como un cine, un videojuego o unas zapas, simbolizan la [incapacidad estructural para ahorrar](#) en urbanitas sin hipoteca menores de 40 años.

Y suponen una oportunidad para las marcas.

Hay en el aire una tasa Covid que debe plantearse de manera ética, pero también existe la oportunidad de hacer más compras racionadas, que consumos mayores en una sola operación. Y no, no contemos con créditos al consumo. Porque ya no estamos en 2008.

**Provocación #6: ¿Cómo pueden las marcas ser parte del pequeño gasto de ocio diario?**



También estrenamos actividades, como meditar.

## #Meditación

# +99%

*\*Fuente: Brandwatch - menciones relativas a #meditación se incrementan un 99% la semana del 14-20 de marzo (a la anterior)*

Y ahora que volvemos, lo hacemos por todo lo grande. Tenemos por delante un ciclo completo del placer del reencuentro que durará exactamente un año. ¿Serán cosas como el sexo, el restaurante favorito o ver un partido tal y como se recuerdan? ¿Y las personas que echamos de menos?

**Provocación #7: ¿Qué marcas nos ayudarán a darnos un pequeño homenaje? ¿Y con el ajuste de la expectativa VS la nueva realidad del reencuentro?**

**Necesidad: El reencuentro**

**Valor: El valor de lo conocido**

**Nuevo comportamiento: El homenaje**



# Aprender a aburrirse

Hemos aprendido términos nuevos, usos, costumbres y herramientas.

#Webinar  
**+584%**

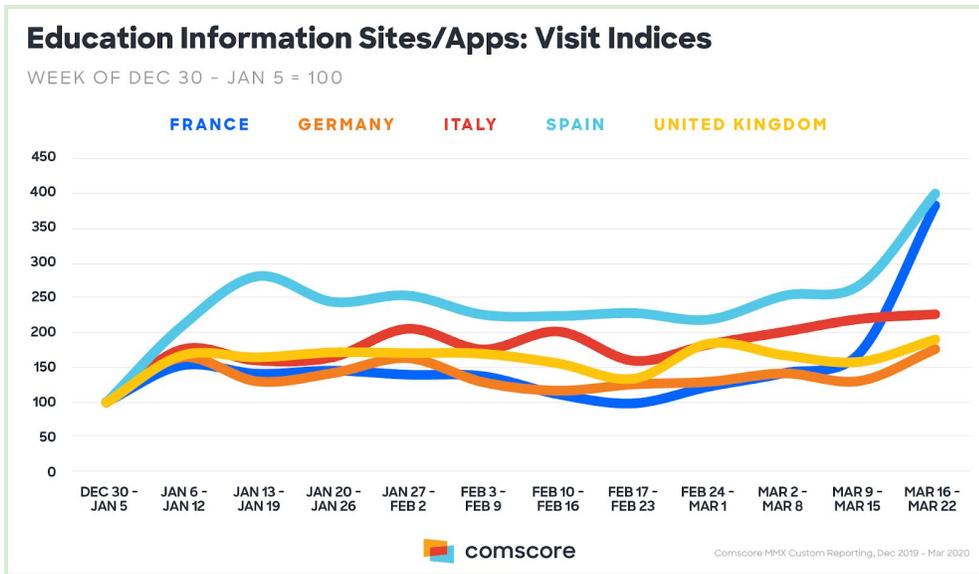
*\*Menciones a #Webinar creció un 584%  
Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

También por placer. La enseñanza online observa un aumento, lo que demuestra que las personas somos adaptativas. Y reunimos nuevas habilidades cuando es necesario: Cocinar, los idiomas, la tecnología se sigue abriendo paso incluso en la tercera edad.

#Skype  
**+227%**

*\*Menciones a #Skype crecieron un 227% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

Quizá estos nuevos conocimientos, lleven a las personas a una profesión que permita el [teletrabajo](#). Ahora [solo el 32% podría hacerlo](#). Trabajo intermitente: personal, laboral, personal, laboral, que es la nueva aspiracionalidad. Palabra que solo existe en los briefs escritos y que se extinguiría de no ser así.



**Provocación #8:** ¿Cómo puede una marca ayudar a las personas a adaptarse a través de nuevos conocimientos? La educación. Un valor nuevo para marcas inesperadas.

**Necesidad:** Actualizarse

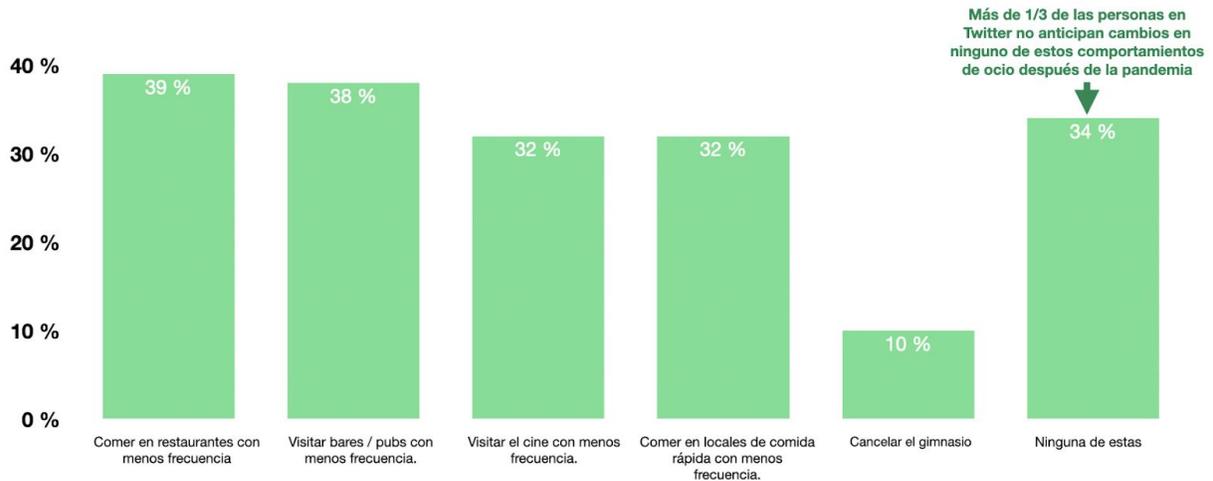
**Valor:** Independencia

**Nuevo comportamiento:** Estudio online



# /Lo último

Si bien algo de ocio disminuirá tras la pandemia, la mayoría planea reanudar muchas actividades.



\*Fuente: GlobalWebIndex, COVID-19 research release 10: multi-market insights [ola 4], campo en 20 países entre el 19 y 26 de mayo de 2020. España, filtrado por usuarios de Twitter. Después de que termine el brote, ¿crees que harás algo de lo siguiente? - Actividades de ocio

Hablemos un poco de lo que viene, porque seguro que [2020](#) nos depara más [sorpresas](#).



# Nómadas conectados

La historia del siglo XXI empieza con *The new big C*. Hay cosas de la nueva normalidad que nos recuerdan el cuento del sastre del Rey. Y el niño que se atrevió a decir que estaba desnudo.

Hemos descubierto cinco de las grandes verdades de la década que tienen vocación sistémica, pues estas dibujan los mapas de las ciudades, el turismo, las infraestructuras y el 99% de las interacciones sociales.

Esta es la tensión más grande que ha atravesado el capitalismo liberal ahora que la persona está, de verdad, en el centro. Atención, a la única lista de estos escritos:

1. [Trabajar desde casa](#)
2. **Comprar desde casa**
3. **Ponerse [en forma en casa](#)**
4. **Divertirse en casa**
5. **Comer en casa**

Se podría haber resumido a uno: Vivir en casa. #Disculpas (-20%).

Pero una [casa](#) es un espacio que se miniaturiza detrás del nuevo concepto de hogar... Soluciones habitacionales nuevas, con inversiones necesarias de reciclaje, y a ser posible con la mínima generación de residuos. Productos que sencillamente, quepan.

La desaparición de la pantalla grande de televisión. ¿Una nueva habitación que es despacho para teleconferencias, jardín urbano y gimnasio? Busque “ejercicio en la terraza” en **Twitter**.

## #Casa +202%

*\*Menciones a #Casa crecieron un 202%  
Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*



[Expertos](#), [filósofos](#) y psicólogos sociales [advierten](#) que aquí se librará la batalla de la oportunidad de un cambio estructural y que ensanche el futuro.

Un cambio donde las personas recuperan y administran su tiempo en una forma que no ha sido posible en las historias de los humanos. Sí, podría llevar a una crisis sin precedentes, pero también a una eficiencia social cuyas caras contrarias son [emociones](#) como la soledad, la cautividad y la hiperproductividad. ¿Y las fronteras? Veamos.

La nueva normalidad puede crear su nueva clase social privilegiada, pero que no tiene necesariamente más estatus o dinero, sino más tiempo fuera de las estructuras del trabajo presencial, y por lo tanto del transporte, la conciliación,... Y otros momentos para los proyectos personales o el ocio. La revolución de la agenda diaria.

No necesitaría vivir en una ciudad o en barrios concretos, como en Madrid es el eje Norte-Sur, o junto a los suyos, como la burbuja de ingenieros en [San Francisco](#). Se ajustarán los sueldos a los niveles de vida de los lugares receptores evitando la gentrificación. La riqueza puede descentralizarse, y con ella, tensiones políticas o problemas intrínsecos a España, como su parte vacía y la baja natalidad.

# #Paro +135%

*\*Menciones a #Paro crecieron un 135% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

Una clase social nueva, los nómadas conectados, capaces de [descontaminar](#) el planeta, acabar con la burbuja inmobiliaria, consumir local, pagando más claro, y repoblar la España vaciada como poco y ¡nada menos!

**Provocación #9: ¿Cómo configurar un plan de medios para comunicar como una marca de cercanía para entrar en estos nuevos hogares?**

Gente que vivirá [tan despacio](#) como la velocidad del 5G. La audiencia de Twitter nos lo está dejando claro.



# #Teletrabajo +562%

*\*Menciones a #Teletrabajo crecieron un 562%  
Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

**Provocación #10:** ¿Qué clase de marca quiere ser? La que anima a que todo vuelva a ser igual o la que sueña con la conquista de un nuevo espacio-tiempo?

**Necesidad:** Estructura

**Valor:** Autonomía

**Nuevo comportamiento:** Teletrabajo, transporte, consumo, entretenimiento y migración



## a. de C.

### Antes y después de Covid

Ante el estrés, la incertidumbre y el miedo al contagio o a la crisis; la [música](#), los juegos, las fotos y las películas de a. de C. Pongamos a sonar en primer lugar la [música](#), el mejor acompañante con permiso de **Twitter**, que descubrimos como adolescentes y conformó nuestra identidad. Si no controlamos nada de lo que está pasando, aún podemos conectarnos con las cosas de antes que bajan la tensión. Como mirar [la última foto normal](#) que tiene en su móvil.

Estamos de suerte, porque en la montaña rusa donde estamos subidos nos acompañan listas de Spotify, viejas consolas y camisetas aún más viejas. Un reto: ¿Cómo planificamos momentos de consumo y oleadas de medios con [emociones](#) tan [variables](#)?

¿[Afectarán](#) a las devoluciones? Ora reservar hotel, ora cancelar.

# #emociones +35%

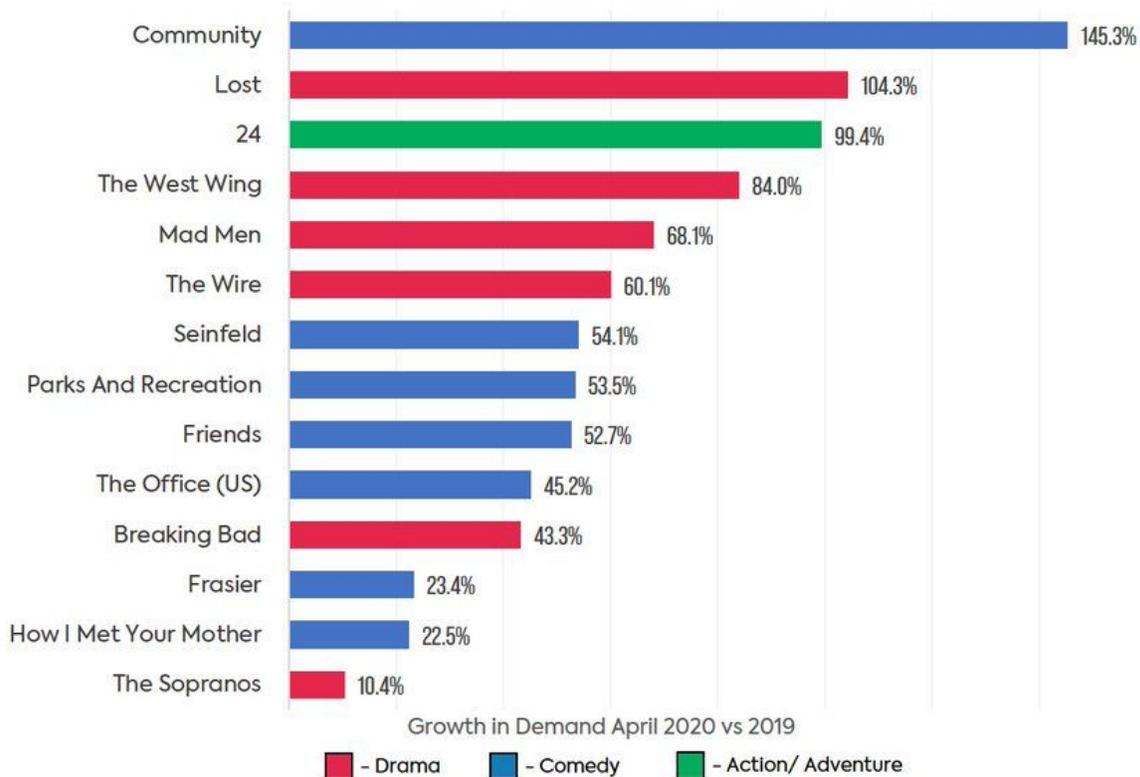
*\*Menciones a #emociones crecieron un 35% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*



### Provocación #11: ¿Cómo gestionar la compra por impulso, la bunkerización y las devoluciones emocionales?

[Aunque daten del 13 de marzo de 2020](#). La nostalgia, como válvula descompresora nos va a durar un tiempo. Hemos vuelto a ver todas las de Alien, de Bridget Jones y [Arma letal](#). El señor de los Anillos era portada en Netflix y en Orange TV 20 años después de su estreno. En la nostalgia hay olores, sabores, peinados, nuevas fotos de perfil y lugares.

#### Old Favorites Increasing in Demand in US, April 2020 YoY



Growth in Demand shows % change in average US demand in April 2020 compared to 2019.



Atentos, porque Twitter nos habla de un *revival* que nos recuerda que seguimos siendo los mismos aunque la raya de la historia nos acabe de poner a ambos lados. El efecto *Stranger Things* a muchos más ámbitos de la vida. Pregunten al Dúo Dinámico.



Una raya que sirve también de línea de salida para [dejar para siempre muchas cosas](#), como fumar, las tarifas limitadas de datos o el [matrimonio](#).



**Provocación #12:** ¿Cómo pueden las marcas hacernos conscientes del peso de la historia y ayudarnos a conectar el *rewind* con el *fast forward* en la banda sonora de nuestras vidas?

**Necesidad:** El pasado

**Valor:** Identidad

**Nuevo comportamiento:** Revival ético y estético. La ruptura con el pasado. El conflicto psicológico de la linealidad del yo



# /Lo importante

## Pierden el dinero y el amor

2000: Dinero, trabajo, salud, amor  
2010: Trabajo, dinero, amor, salud  
2020: Salud, trabajo, dinero, amor

Pierden el dinero y el amor. Osea, pierden la pasión y la ambición. Pierde la posesión y también el enamoramiento. Somos enfermos en rehabilitación y por supuesto que vamos a salir [más fuertes o más sabios](#). Con permiso del [FMI](#).

Razón de más para que de aquí a un tiempo, el *show off*, las decisiones descabelladas, los selfies, y cosas como cambiar de país por trabajo o amor no aparezcan en ninguna de las coordenadas estudiadas. Pero sí otras cosas relacionadas con la [salud mental](#) que les proponemos en el enlace. Se lo dice la [mujer](#) que ya estuvo al borde de un ataque de nervios.

Pero este verano, a ritmo de [reggaetón](#) y sangría, han aumentado los excesos y los momentos absolutos de *Carpe diem*. Se intuía más [balconing](#) que [rebrote](#). Fiestas privadas en casas y botellones espontáneos. El [DM de Twitter](#) como [herramienta](#) para [ligar](#) está infravalorada. [@BorisJohnson](#) necesitaba enviar a su población a la costa del Sol con urgencia. Es un asunto de salud mental nacional. La británica. Y de salud económica. La española.

La distancia de seguridad en la playa es un [castillo de arena](#).

Vuelve el [póntela, pónsela](#). La mascarilla esta vez quizá, sea de látex. Disponible en varios colores. Victoria Secret, tu turno.



## La gente habla más que nunca sobre las mascarillas faciales



Brandwatch

Fuente: Brandwatch Consumer Research. Menciones online sobre usar mascarillas, excluyendo retuits.



**Provocación #13: ¿Qué marca será capaz de encender la chispa en una glaciación de relaciones interpersonales con responsabilidad?**

# #Solidaridad +453%

*\*Menciones a #Solidaridad crecieron un 453% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

**Provocación #14: Fase de rehabilitación emocional más crisis económica. Un momento para los valores morales, rozando los cuidados paliativos: Amar a las personas como a nuestra propia marca sin esperar (casi) nada a cambio.**



## El voto sano

La salud [va a mandar](#) sobre la política un tiempo. La salud se politiza y por tanto, la salud será [política](#). Eso quiere decir que el voto se va a jugar en los clusters de audiencia desfavorecidos: Tanto los mayores, que necesitarán una atención inmediata, como las capas de clase media y popular que necesitarán de la Sanidad pública en un contexto de aumento del paro. El IMV es un bálsamo social. [#Paguita](#) lo llaman quienes dudan de su utilidad. Los emprendedores también tienen mucho que decir. Próximas Elecciones y moción de censura. Razón aquí.

# #SanidadPública +413%

*\*Menciones a #SanidadPública crecieron un 413% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

# #Autónomos +807%

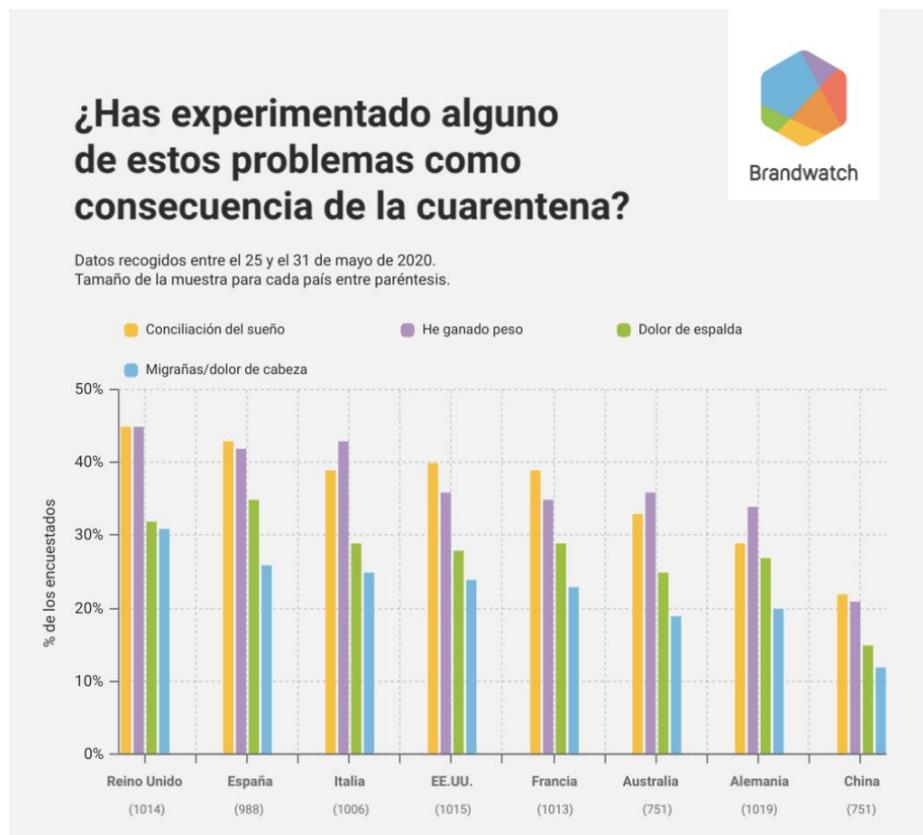
*\*Menciones a #autónomos crecieron un 807% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

**Provocación #15: ¿Cómo pueden las marcas ayudar a la salud pública y la economía de 6 millones de autónomos y Pymes?**



# La operación bikini Operación toalla

Decimos salud física, y alguien nos tiene que ayudar si así lo sentimos necesario - aquí no cabe la gordofobia - con el tallaje post confinamiento. Calcular de nuevo las calorías necesita de alguna certidumbre personal...una meta. Como que llegaremos a la playa para poder poner la toalla cumpliendo la distancia social. Que podemos pagar la [hipoteca](#) o que el trabajo sigue ahí.



Fuente: Brandwatch. Boletín 010 en español sobre el Covid-19: playa, inversiones y sueño ligero (10 de junio de 2020)

Es el fin del selfie tal y como lo conocemos.

**Provocación #16: ¿Puede una marca darnos una playa o una [casa rural](#) con sitio, sin aglomeraciones y libre de miradas?**



# Publicidad postraumática

Volveremos a tocar las cosas, aunque pidamos a los niños que no lo hagan. Pero de esta no salen tocados solo familiares de víctimas y mamás y papás en tele educación sin formación digital para ello. Todos estamos en distinta medida viéndolas venir.

La vuelta al cole en la distancia puede ser una [pesadilla](#). Marcas, [Send help](#).

#niños  
**+124%**

*\*Menciones a #niños  
crecieron un 124% Fuente:  
Twitter Datos Internos -  
Análisis de crecimiento de  
menciones a hashtags  
entre Enero y Mayo de  
2020 en España (tomando  
como referencia la semana  
en la que se declaró el  
estado de alarma en  
nuestro país).*

Todo seguirá igual, pero nosotros no seremos los mismos nunca más.

Sería deseable que nuevas [profesiones](#), marcas y modelos nazcan con un ADN constituido por los comportamientos y sentimientos de la pandemia. Seamos capaces primero de entender la [nueva escala](#) de necesidades, valores y comportamientos.

**Provocación #17:** ¿Cómo pueden las marcas seguir creando conversaciones responsables que generen demanda sin crear **emociones poco realistas** en las personas? ¿Y poder diferenciar a la marca en sí no sería la siguiente prioridad del departamento de marketing? ¿Ya está trabajando en “El anuncio” de estas navidades?

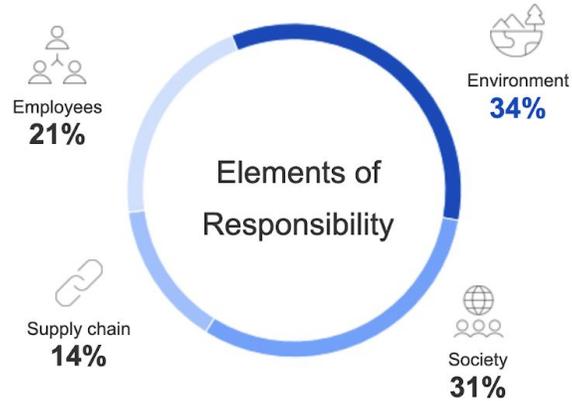
**Necesidad:** Curación

**Valor:** El respeto

**Nuevos comportamientos:** Publicidad responsable (y distintiva)



Responsibility is now **3x more important** to corporate reputation than 10 years ago



40

\*Fuente: Kantar

## Ahora siempre es ahora

Si no lo necesita ahora, espera. En cuanto al consumo y contratación de bienes y servicios va a estar todo encuadrado desde dos perspectivas: Lo que *me* puedo permitir ahora y cómo *me* hace sentir ahora.

Vamos a necesitar aplicar la misma dosis al sentido de urgencia y al de sensibilidad en el tono. Periodo de curación y reflexión implícitos son previos a cualquier mensaje de marca.

Porque no hay [planes](#) más allá del ahora.

**Provocación #18: ¿Cómo hacer del ahora el único momento decisivo de una compra?**



# /Lo peligroso

## El peligro del peligro

Lo [peligroso](#) es el virus. Pero también es el miedo que provoca, y este, los juicios erróneos como la obsesión insana o la [marginación](#) de [nuevo cuño](#). En un ámbito más suave, saltarse las reglas del post confinamiento tendrán sanción social en forma de cacerolas. O de [multas](#).

### #China

# +18%

*\*Menciones a #China crecieron un 18% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

### Miedo a salir a la calle

# +2.423%

*\*Volver a la normalidad genera estrés: las menciones relativas al 'miedo a salir a la calle' se concentraron a principios de mayo (con el comienzo de la desescalada; el volumen entre el 2-5 de mayo es un 2423% superior al habitual) y principios de junio.*

Lo peligroso también es sentirse peligroso y auto encarcelar. Esto es un miedo exclusivo de superhéroes que se ha generalizado: El miedo a hacer daño involuntario a los demás. El trauma del falso culpable. Lo peligroso es también el pecado de la juventud, que te acerca a la inmortalidad. Vamos, que tanto obsesionarse como bajar la guardia puede ser peligroso.



Y hablando de ellos, los [jóvenes](#), y no importa de qué [clase](#) social, necesitan un espacio y nuevas normas. Quizá más que nadie.

Habrá que estar atentos al [bullying](#) post Covid, y a la huella digital de nuestros menores cuyas [clases de inglés ahora pululan ya por Youtube](#).

**Provocación #19: ¿Ayudamos a borrar la huella digital de los menores en confinamiento y evitamos la de este curso?**

Los adolescentes japoneses ya conocen esa vida. "[Hikikomori](#)": *solitarios que se retiran de todo contacto social y, a menudo, no abandonan su casa en años (Wikipedia)*. Puede que la #Play5 traiga un modo aislamiento que meta al jugador en una vida virtual sin amenazas físicas.

En España, los ancianos [desamparados en soledad](#) van a aumentar. Una tormenta perfecta de aislamiento social y físico. La soledad que nos alcanza es el enemigo a batir. Y la tecnología ha de ser forzosamente un vehículo de lo humano, y no su fin.

Adopte a un abuelo. [AHORA](#).

Hay que asumir un ruido de fondo constante de las cosas que están fuera de nuestro control.

**#Ansiedad TT**

**+170%**

*Además de ser TT el 25 de mayo, las menciones a #Ansiedad crecieron un 170% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

Las libertades individuales que otorga la Constitución como la libertad de movimiento o de reunión deben mantenerse. Lo importante para la Historia no es si salió, porque la propia existencia de un relato significa que así fue, sino el cómo se hizo.

**Provocación #20: ¿Qué punto de vista ofrecen las marcas sobre lo que está bien y lo que no, ahora?**



# Stock traumático

Lo peligroso para las marcas es salir a jugar con el stock atascado de marzo de 2020. Aparte de la calidad y estado del producto en cuestión, también es necesario tener en cuenta la conveniencia y pertinencia de la mercancía que rebosa en los almacenes.

A lo mejor hay que relanzar el stock con un precio, una publicidad y una promoción totalmente nuevos. Consumo sí. Responsable también. ¿La primavera de 2021 será primavera 2020?

Moda que regresa al futuro. ¿Hype de las unidades de marzo 2020? Coleccionismo y fetichismo son drivers de consumo. En un entorno macro nostálgico, más.

## #Nostalgia

# +44%

*\*Menciones a #Nostalgia crecieron un 44% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

**Provocación #21: ¿Puede una marca promocionar el stock pre-COVID de modo que gane los bolsillos y también los corazones de las personas?**



# /Lo viral

## Viral eres tú

Malos tiempos para los influencers del parecer y el tener y buenos tiempos para los influyentes comprometidos y personas con talento: [sus temas](#), sus pasteles, sus manualidades, sus partidas online y sus clases de yoga. Diga adiós al postureo por un tiempo.

#Netflix

+19%

*\*Menciones a #Netflix crecieron un 19% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

Si alguien lo ha tenido difícil estos meses ha sido el director de casting de [MasterChef](#). La conversación vuela. Tiger King, la serie del [confinamiento](#). Con permiso de #LoDeJordan, #LaCasaDePapel, #Veneno, o #Elite3. Animal Crossing, el videojuego. Tú haces lo viral enseñando tu hogar, a tu mascota y tus debilidades habituales.

Una nueva generación de perfectamente imperfectos. Ahora, además tienen los [retuits con comentario](#) del contenido Tik Tok cobrando nuevo significado en **Twitter**; o los audio tuits para petarlo en 140 segundos o menos.

#AnimalCrossing

+965%

*\*Menciones a #Animalcrossing crecieron un 965% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*



Viral es [dejar el dichoso tema](#), viral es evitar la fatiga de Zoom en vez de aumentarla. Lo viral será tocable, asumible visualmente y [tremendamente mundano](#).

## #últimahora

# +72%

*\*Menciones a #últimahora crecieron un 72% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

**Provocación #22: Como marca,**  
**¿Le sujetarás el cubata a tu fandom sí o no?**

## No sports? Then, esports

Lo viral es algo que no has visto nunca, como una [final de LOL](#). Perdón, no el hecho de no verlo, sino que la [audiencia](#) comente la jugada como hace nada con un regate de Messi.

## #Leagueoflegends

# +26%

*\*Menciones a #leagueoflegends crecieron un 26% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

Los *Tweens, Teens, Zetas, Millennials* y *Equis* (a través del *retrogaming*) ya están allí. Y allí esperan a las marcas. En la discoteca no los [busque](#). En el centro comercial va a estar difícil un tiempo. Twitter tiene la hegemonía de la conversación sobre videojuegos y sus [competiciones](#). Pregúntele a su hijo o sobrina.



Lo viral es el humor y la vuelta del deporte [desfondado](#), eso sí. Si no podemos ir a los estadios, siempre podremos enviar nuestras emociones con tuits. Twitter, relevante con la tele y el [deporte](#), como nunca. La industria del [fútbol](#) se juega mucho.

**#streaming**  
**+86%**

*\*Menciones a #streaming crecieron un 86%  
Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

**Provocación #23: ¿El primer programa masivo de esports en Twitter? ¿Tuits dentro de los estadios? Conquiste el *Primetime* de la tele en Twitter**

## La agenda hipersensible

La sensibilidad global y su militancia actual se funde en [dos](#) materias. Por una, hace que cualquier cosa importante que suceda en el mundo nos afecte sin medida. Por otra, es que dejan de mencionarse cosas que pasan en el mundo cercano. Comienzan las comparaciones y estas son odiosas.

La agenda local sigue siendo importante para afianzar el sentimiento de importancia relativa e identidad. Esto es básico tanto para marcas locales y globales. Lo sabio: Contar desde el principio con que todo se sabe. Si no hay hechos detrás, no le dedique tuits.

**#conguitos**  
**+14.725%**

*\*Entre el 12 y el 14 de julio hubo un pico de menciones a #conguitos (+14725% vs lo habitual) - Fuente: Brandwatch*

Como en toda época de contracción, el consumo nacional es el mejor signo de patriotismo. Nuevo + Nacional + Sostenible puede ser un combo arrebatador para la conversación pública.



**Provocación #24:** ¿Y si prueba el *product placement* en las mascarillas para que las familias españolas puedan permitírselas?

#mascarillas

+1076%

*\*Menciones a #mascarillas crecieron un 1076% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

Milite, defienda su [herencia](#) y sea [activista](#) con lo que esta sociedad demanda. Los silencios son dolorosos. Evite si puede, que su producto se [politice](#). Si lo hace, no tema tener detractores que no respetan los derechos de los demás. A veces, los trolls, como los galgos de Sancho, nos indican que las marcas cabalgan. Es decir, que importan.

En Twitter, un libro que se titula [“Lo viral”](#) vende la [primera edición](#) completa gracias a un tuit.

**Provocación #24: Ir contracorriente.  
Crear lugares, contenidos y conversaciones alternativos que permitan la expresión de lo cercano y lo local.**



# +Lo positivo

## La espera-nza

1 de cada 3 personas en Twitter es optimista de que España supere el coronavirus

*Sobre mi propio país: 32% de los usuarios de Twitter en España se declara 'Optimista' o 'Muy optimista' (en línea con la pobl. online) - Fuente: GlobalWebIndex, COVID-19 research release 10: multi-market insights [ola 4], campo en 20 países entre el 19 y 26 de mayo de 2020. ¿Cómo de optimista eres de que tu país / el mundo supere el brote de coronavirus / COVID-19.*

Estamos aquí y las marcas aún existen. Eso es prueba de que lo peor ya ha pasado, y ahora pasado el auto homenaje, se abre un [periodo de espera positiva](#) una vez procesadas todas las compras perentorias acumuladas. Como [una regleta](#) de enchufes.

Hasta tener una vacuna o que el virus se extinga solo. Las noticias en este sentido parecen esperanzadoras, pero más que nunca hay que evitar campanas al vuelo y ser cautos al compartir nuevos hallazgos [no contrastados](#). Twitter es el espacio público que esperamos encontrarlo como lo dejamos. Como el baño de la oficina.

#stopbulos  
**+568%**

*\*Menciones a #stopbulos crecieron un 568% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*



Como marca, extreme también su higiene sobre los hechos y no los rumores.

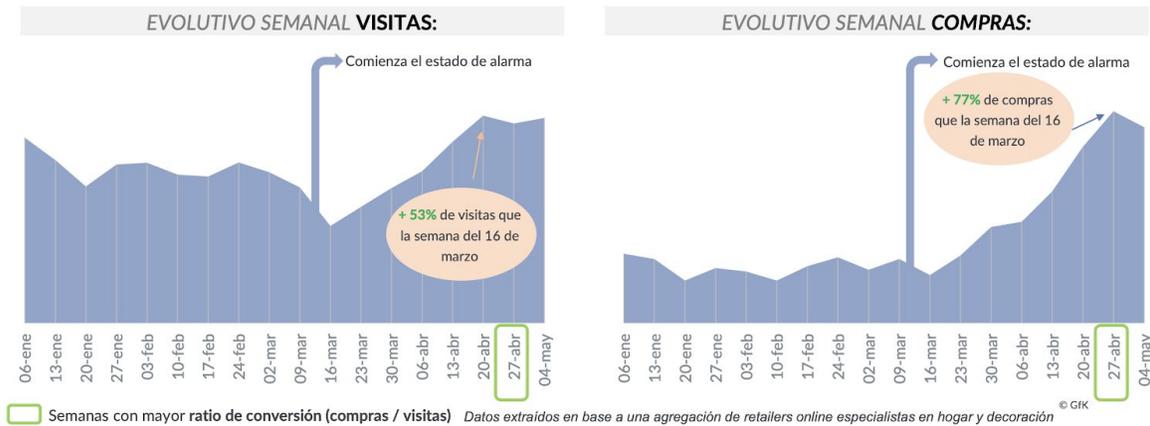
Así como esperamos una vacuna, podemos esperar a comprar un coche, una nevera, hacer un viaje, ir al estadio o cambiar de casa. Decisiones de compra cuyos ciclos de compra son superiores a un año pueden sufrir en el botón de *pause*. Así que hay que [reinventarlos](#). Por otro lado, las compras relacionadas al hogar y su comodidad suben puestos en las prioridades. Hay que repensar cada estrategia, cada momento de consumo, cada venta cruzada y cada [promoción](#).



## Ecommerce de **Hogar y Decoración**



El confinamiento ha supuesto para la categoría de Ecommerce de hogar y decoración un gran incremento. Como en muchos otros sectores, las primeras semanas tuvieron un descenso en visitas y compras, que fue incrementándose progresivamente. Sin embargo, en este sector cabe destacar que el aumento tanto en visitas a estas webs ha llegado a niveles muy superiores que antes del COVID-19



Hay tres momentos que van a definir la crisis posterior al verano que aún transcurre plácido con consumo embalsado durante tres meses: las rebajas always on, las compras de la vuelta al cole y las Navidades. Vuelque a su marca ahí. Sí. Navidades 2020. Buena idea ir revisando planes y convencer a la audiencia de Twitter de que la espera ha terminado.

# #esperanza

# +822%

*\*Menciones a #esperanza crecieron un 822% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se*



*declaró el estado de alarma en nuestro país).*

En la tensión entre ecología, aislamiento y teletrabajo de la segunda mitad del 20, se sitúa sin duda, [el coche eléctrico](#) como un titán silencioso apunto de despertar, que salvaguarde también el empleo directo e indirecto.

## **Un 41% de las personas de Twitter en España consideran mucho más importante que las empresas se comporten de manera más sostenible, debido al coronavirus (+19% vs el internauta medio)\***

*\*Fuente: GlobalWebIndex, COVID-19 research release 10: multi-market insights [ola 4], campo en 20 países entre el 19 y 26 de mayo de 2020. ¿Ha cambiado para ti la importancia de alguna de estas cosas debido al coronavirus?  
Empresas que se comportan de manera más sostenible / ecológica*

**Provocación #25: ¿Qué nuevas innovaciones, atributos de producto o nuevos servicios anulan la necesidad de la espera de bienes de largo plazo de cara a Navidad?**

**Provocación #26: ¿Cómo pasará la marca de digital a virtual? ¿Y de virtual a físico?**

**Provocación #27: Que la sostenibilidad sea una tendencia de comunicación porque sea un campo de acción**



## Son aquellas pequeñas cosas

#gracias  
+387%

*\*Menciones a #gracias crecieron un 387% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

El hecho de que los tuits de gratitud se hayan incrementado en Twitter solo puede indicar tres cosas: 1. Somos más [agradecidos](#) porque somos menos exigentes; 2. Nos hemos dado cuenta de que estamos todos en esto, haciendo por cierto, insoportables a la vista imágenes como el [racismo](#), el machismo y la [transfobia](#). Y 3, un clásico de épocas difíciles: reconfortarse con lo que tenemos, que en caso de España, en general y comparativamente, es mucho.

Esto será consecuencia de la posición que tomemos como Estado: reactiva, defensiva o cosmopolita. Mejor lean el ensayo *La democracia cosmopolita*. Tanto si está a cargo de una marca [global o local](#).

#MarcaEspaña  
+33%

*\*Menciones a #MarcaEspaña creció un 33% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*

Servicios públicos como la sanidad, seguridad en las calles, cultura y gastronomía. En casa, hace mucho tiempo que [Ikea](#) sabe que las cosas que cuentan son pequeñas. Los favores de desconocidos hoy, la supervivencia de un pájaro recién nacido o una sonrisa detrás de una mascarilla y el contacto visual valdrán como el oro.

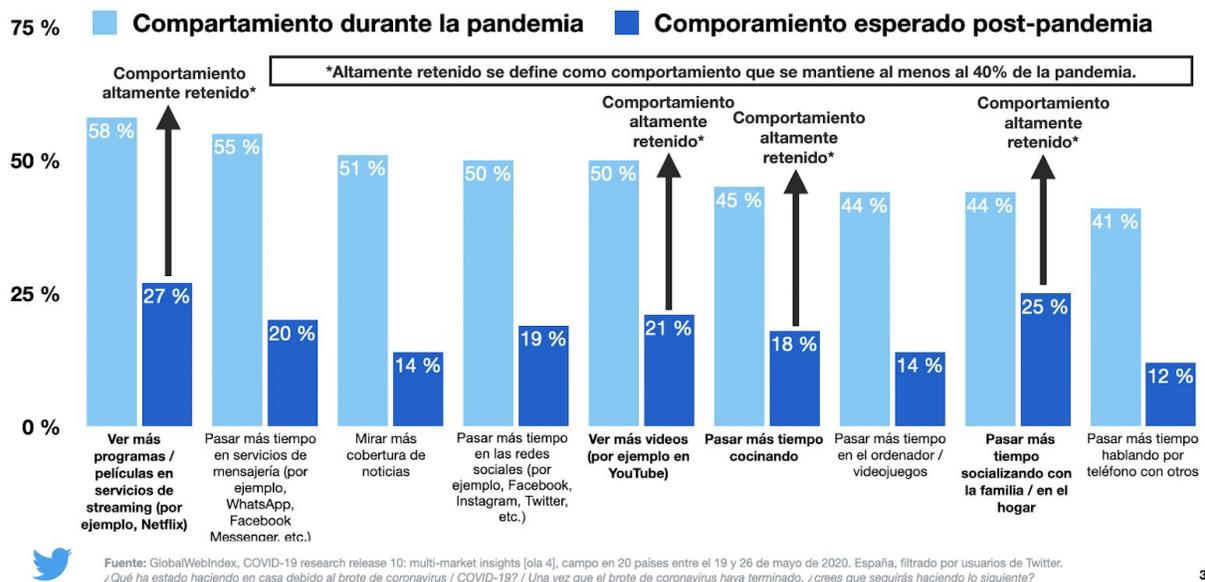
¡Hay que volver a mirarnos a los ojos en el supermercado!



Comportarnos como seres culturales es un bien refugio donde las marcas pueden ayudar mucho. [Cine](#), conciertos, artes plásticas y escenográficas. Al *ars gratia artis* se le suma ahora la [exclusividad](#) del peligro de extinción. Sin cultura nos habríamos vuelto locos durante el confinamiento. Un loco como Santiago Segura estrena y [triumfa](#) en pleno miedo.

**Provocación #28:** ¿Cómo pueden las marcas fomentar y celebrar el consenso mínimo viable de lo que nos une? ¿Otra vez la Selección o será la salud del planeta? ¿Un nuevo artista? ¿La desigualdad? Gran conversación aquí.

## Pasar más tiempo con la familia / en casa, "se queda"



\*Fuente: GlobalWebIndex, COVID-19 research release 10: multi-market insights [ola 4], campo en 20 países entre el 19 y 26 de mayo de 2020. España, filtrado por usuarios de Twitter. ¿Qué has estado haciendo en casa debido al brote de coronavirus / COVID-19? / Una vez que el brote de coronavirus haya terminado, ¿crees que seguirás haciendo lo siguiente?

**Provocación #29:** ¿Cómo pueden las marcas dar mayor interactividad familiar al aumento de horas frente a la televisión?

Estamos también en un momento oportuno para pequeñas innovaciones y contenidos que nos sorprendan y nos devuelvan la sonrisa.



Conocer un producto nuevo es uno de los superpoderes de **Twitter**.

# #Playstation5

# +713%

*\*Menciones a #Playstation5 crecieron un 713% Fuente: Twitter Datos Internos - Análisis de crecimiento de menciones a hashtags entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).*



**/Lo más seguro es lo imprevisible. Pero será sostenible y humano o no será.**

**Informe sus planes con la conversación pública.**

**/Fin, por ahora.**

*Sigue en el [Blog](#)*

[Puede pedirnos más datos, tuitear, retuitear con comentario o sin él, enviar un audio tuit, escribir un hilo sobre lo que quiera decirnos, ponernos un meme, darle un simple like, seguir explorando la conversación pública o enviarnos su próximo brief antes de que decida cuál es la conversación que quiere empezar con el mundo.](#)



# /Bibliografía

Título	Fuente	Enlace
If you can speed read it, it isn't worth reading.	@naval	<a href="https://twitter.com/naval/status/1282553195508580352">https://twitter.com/naval/status/1282553195508580352</a>
Las marcas siguen rompiendo barreras en la #comunicación del propósito y la #sostenibilidad Dorso de la mano con el dedo índice señalando hacia la derecha Uniqlo lanza su campaña "Menos es más", invitando al consumidor a comprar menos prendas al año en un	@borjabergareche	<a href="https://twitter.com/borjabergareche/status/1283879290459873282">https://twitter.com/borjabergareche/status/1283879290459873282</a>
Cartoonists have a way of telling stories in a way that cuts through the clutter	@msuster	<a href="https://twitter.com/msuster/status/1283059250344767489">https://twitter.com/msuster/status/1283059250344767489</a>
La nueva realidad	Elvigia.es	<a href="http://www.el-vigia.es/la-nueva-realidad/">http://www.el-vigia.es/la-nueva-realidad/</a>
Y mientras tanto en la Villa y Corte ....	@Unsereno	<a href="https://twitter.com/Unsereno/status/1274058232558952455?s=20">https://twitter.com/Unsereno/status/1274058232558952455?s=20</a>
¿Vosotros también le habéis tenido que poner una grapa a las tirillas de la mascarilla, o sois normales?	@Pepe__Torres	<a href="https://twitter.com/Pepe_Torres/status/1279137958159941632">https://twitter.com/Pepe_Torres/status/1279137958159941632</a>
Sabemos que ahora toca calle. #PasaDeNetflix	@NetflixES	<a href="https://twitter.com/NetflixES/status/1275104393306820608?s=20">https://twitter.com/NetflixES/status/1275104393306820608?s=20</a>
We missed you all so much.	@strandbookstore	<a href="https://twitter.com/strandbookstore/status/1275086740160753664?s=20">https://twitter.com/strandbookstore/status/1275086740160753664?s=20</a>
Las distancias y la desigualdad. El Roto #COVID19	@beltranp	<a href="https://twitter.com/beltranp/status/1255405188007055367">https://twitter.com/beltranp/status/1255405188007055367</a>
Policía del Balcón, revista de próxima aparición. Pronto en quioscos y online. ¡¡ Descubre tu lado totalitario !!	@gabrieloucho	<a href="https://twitter.com/gabrieloucho/status/1243946707496448002?s=20">https://twitter.com/gabrieloucho/status/1243946707496448002?s=20</a>
La policía del balcón 🚫🚫 hoy en @el_pais @elpais_opinion	@malagonhumor	<a href="https://twitter.com/malagonhumor/status/1249275745207189505?s=20">https://twitter.com/malagonhumor/status/1249275745207189505?s=20</a>
Tres mujeres acaban en urgencias tras una pelea en un Zara en Pontevedra ➡ Una de ellas intentó entrar en el probador con seis prendas, cuando el máximo permitido son cuatro, y la emprendió a golpes con quienes se lo recriminó	@informativost5	<a href="https://twitter.com/informativost5/status/1277632317285117954">https://twitter.com/informativost5/status/1277632317285117954</a>



From IRL to URL and all points in between	WARC	<a href="https://www.warc.com/newsandopinion/news/from-irl-to-url-and-all-points-in-between/43744?utm_source=daily-email-free-link&amp;utm_medium=email&amp;utm_campaign=daily-email-emea-prospects-20200618">https://www.warc.com/newsandopinion/news/from-irl-to-url-and-all-points-in-between/43744?utm_source=daily-email-free-link&amp;utm_medium=email&amp;utm_campaign=daily-email-emea-prospects-20200618</a>
🔔 Amazon supera los \$3,000 por primera vez \$AMZN +3.8%	@gualestrit	<a href="https://twitter.com/gualestrit/status/1280150314193170435?s=20">https://twitter.com/gualestrit/status/1280150314193170435?s=20</a>
Microsoft will permanently close retail stores around the world as it shifts focus to online sales	Business Insider	<a href="https://www.businessinsider.com/microsoft-will-shut-down-retail-stores-2020-6?IR=T">https://www.businessinsider.com/microsoft-will-shut-down-retail-stores-2020-6?IR=T</a>
Creemos que leer será ahora más importante que nunca	@Tuuulibreria	<a href="https://twitter.com/Tuuulibreria/status/1273614150900596738">https://twitter.com/Tuuulibreria/status/1273614150900596738</a>
El sector del fitness prevé pérdidas superiores a los 1.100 millones por el coronavirus	expansion.com	<a href="https://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2020/06/17/5eea0c57468aeb722f8b4612.html">https://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2020/06/17/5eea0c57468aeb722f8b4612.html</a>
Yesterday was the saddest day in the history of @Twitter	@hedonometer	<a href="https://twitter.com/hedonometer/status/1266774310565425154">https://twitter.com/hedonometer/status/1266774310565425154</a>
What changes would make you comfortable using public transportation after COVID? The YCCI investigates.	@YaleCCI	<a href="https://twitter.com/YaleCCI/status/1280260546391093250?s=20">https://twitter.com/YaleCCI/status/1280260546391093250?s=20</a>
Reunión de trabajo en la #NuevaNormalidad 🧑‍🏫👩‍🏫👩‍🏫👩‍🏫	@claudiaferbal	<a href="https://twitter.com/claudiaferbal/status/1275236013976227841">https://twitter.com/claudiaferbal/status/1275236013976227841</a>
Yo acabo de volver de una óptica de graduarme y el óptico me ha dicho esto mismo, que con el confinamiento ha aumentado la miopía.	@MReyesZam	<a href="https://twitter.com/MReyesZam/status/1272856474335809537">https://twitter.com/MReyesZam/status/1272856474335809537</a>
"Esnifando vida" y con un nuevo tema ('Y lo sabes'), el cantante @RomanoAspas pretende llenar de energía positiva el desconfinamiento. Una entrevista de @dprietoelmundo	@Papel_EM	<a href="https://twitter.com/Papel_EM/status/1275827458126864384">https://twitter.com/Papel_EM/status/1275827458126864384</a>
The Rich Have Stopped Spending And That Has Tanked The Economy	<a href="http://www.npr.org">www.npr.org</a>	<a href="https://www.npr.org/2020/06/17/878946307/the-rich-have-stopped-spending-and-thats-tanked-the-economy?utm_campaign=storyshare&amp;utm_source=twitter.com&amp;utm_medium=social&amp;utm_term=.1597231193920">https://www.npr.org/2020/06/17/878946307/the-rich-have-stopped-spending-and-thats-tanked-the-economy?utm_campaign=storyshare&amp;utm_source=twitter.com&amp;utm_medium=social&amp;utm_term=.1597231193920</a>
A big, habit-changing moment is happening: here's what you need to know	WARC	<a href="https://www.warc.com/newsandopinion/opinion/a-big-habit-changing-moment-is-happening-heres-what-you-need-to-know/3670?utm_source=daily-email-free-link&amp;utm_medium=email&amp;utm_campaign=daily-email-emea-prospects-20200616">https://www.warc.com/newsandopinion/opinion/a-big-habit-changing-moment-is-happening-heres-what-you-need-to-know/3670?utm_source=daily-email-free-link&amp;utm_medium=email&amp;utm_campaign=daily-email-emea-prospects-20200616</a>



2019 2020	@TheLoganTrent	<a href="https://twitter.com/TheLoganTrent/status/1278547392204333058">https://twitter.com/TheLoganTrent/status/1278547392204333058</a>
This one hits different	@mindykaling	<a href="https://twitter.com/mindykaling/status/1275166311610376194?s=20">https://twitter.com/mindykaling/status/1275166311610376194?s=20</a>
El verano del Covid: contamos en El País/Cinco Días algunos de nuestros datos sobre cómo estamos viendo evolucionar al consumidor español en relación a su estado emocional y su actitud hacia diferentes actividades de ocio (restauración, viajes, moda...)	@flpromero	<a href="https://twitter.com/flpromero/status/1284745626622857217">https://twitter.com/flpromero/status/1284745626622857217</a>
Para mí el titular indiscutible del CIS. Aunque estaría bien saber qué % se fue en 2019 (El 65,7% no tiene pensado irse de vacaciones este verano.)	@eduardosuarez	<a href="https://twitter.com/eduardosuarez/status/1273237425947623425?s=20">https://twitter.com/eduardosuarez/status/1273237425947623425?s=20</a>
La crisis sanitaria trae la explosión de la casa rural de lujo	cincodías.com	<a href="https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/05/28/fortunas/1590683147_919784.html">https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/05/28/fortunas/1590683147_919784.html</a>
Twitter is more fun now that it's illegal.	@dougbonerparth	<a href="https://twitter.com/dougbonerparth/status/1266106464688619520">https://twitter.com/dougbonerparth/status/1266106464688619520</a>
Cosas que aprendí en el Estado de Alarma: 1. A la gente le gusta ser engañada si eso le da una sensación de seguridad artificial. "La tranquilidad es lo que más se busca"	@ruifarismo	<a href="https://twitter.com/ruifarismo/status/1274285370558099456?s=20">https://twitter.com/ruifarismo/status/1274285370558099456?s=20</a>
Cita en el supermercado (Parejas separadas por el confinamiento aprovechan el trayecto a comprar comida para encontrarse sin quebrar el estado de alarma)	El País	<a href="https://elpais.com/espana/madrid/2020-03-28/cita-en-el-supermercado.html">https://elpais.com/espana/madrid/2020-03-28/cita-en-el-supermercado.html</a>
Las revoluciones se producen al apreciar lo existente con otros ojos.	@dgllana	<a href="https://twitter.com/dgllana/status/1283889023422017537">https://twitter.com/dgllana/status/1283889023422017537</a>
● #Directo #Coronavirus   La picaresca del coronavirus: alquiler de perros para saltarse el "confinamiento de los cojones" ➡ En menos de 24 horas proliferan los anuncios en webs de segunda mano que ofrecen mascotas para salir a la calle.	La Razón	<a href="https://twitter.com/larazon_es/status/1239242141752320000?s=20">https://twitter.com/larazon_es/status/1239242141752320000?s=20</a>



"No me quedo en casa": el grito de la irresponsabilidad en los botellones en pleno confinamiento en Madrid	La Sexta	<a href="https://www.lasexta.com/noticias/sociedad/no-me-quedo-en-casa-el-grito-de-la-irresponsabilidad-en-los-botellones-en-pleno-confinamiento-en-madrid_202005045eb04a476f86630001a214e4.html">https://www.lasexta.com/noticias/sociedad/no-me-quedo-en-casa-el-grito-de-la-irresponsabilidad-en-los-botellones-en-pleno-confinamiento-en-madrid_202005045eb04a476f86630001a214e4.html</a>
Como respuesta a casi todo.	@nadaimporta	<a href="https://twitter.com/nadaimporta/status/1277872841069940737?s=20">https://twitter.com/nadaimporta/status/1277872841069940737?s=20</a>
Estoy pasando la cuarentena con unos amigos en casa de uno de ellos. Mucho parchís, muchas risas y maratones de películas. Pero esta mañana, cuando nos hemos levantado, uno de ellos no estaba. No sabemos qué ha pasado, pero creo que no se ha ido voluntariamente. Abro hilo. ↓	@NagoreSuarez	<a href="https://twitter.com/NagoreSuarez/status/1241039938642161666">https://twitter.com/NagoreSuarez/status/1241039938642161666</a>
Hemos abierto la primera librería TASCHEN en Madrid. Te esperamos en Barquillo 30 de martes a sábado. #librería #leer #arte #libros #tienda #ver #joyas #artbooks	@TASCHEN_Spain	<a href="https://twitter.com/TASCHEN_Spain/status/1280125722405810178?s=20">https://twitter.com/TASCHEN_Spain/status/1280125722405810178?s=20</a>
LOS ÍNDICES DE LECTURA MEJORAN DURANTE EL CONFINAMIENTO	Asociación de Lectores de Madrid	<a href="https://www.editoresmadrid.org/los-indices-de-lectura-mejoran-durante-el-confinamiento/#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20lectores%20frecuentes%20ha%20crecido%20durante%20el%20confinamiento.&amp;text=De%20hecho%2C%20el%2062%25%20de%20novelas%2C%20poes%20ADa%2C%20ensayo%E2%80%A6">https://www.editoresmadrid.org/los-indices-de-lectura-mejoran-durante-el-confinamiento/#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20lectores%20frecuentes%20ha%20crecido%20durante%20el%20confinamiento.&amp;text=De%20hecho%2C%20el%2062%25%20de%20novelas%2C%20poes%20ADa%2C%20ensayo%E2%80%A6</a>
TRUE	@samjudez13	<a href="https://twitter.com/samjudez13/status/1284840357444935682">https://twitter.com/samjudez13/status/1284840357444935682</a>
Tengo que aprobar todas las asignaturas, hacer mil trabajos, no engordar, hacer ejercicio, tener vida social y no tener ninguna crisis existencial hasta final de mayo y así estoy	@skereunpesado	<a href="https://twitter.com/skereunpesado/status/1257235566841790467?s=20">https://twitter.com/skereunpesado/status/1257235566841790467?s=20</a>
La Nueva Normalidad No Existe. Olvidamos fácilmente.	Mad2Com	<a href="https://mad2com.org/2020/06/30/la-nueva-normalidad-no-existe-olvidamos-facilmente/">https://mad2com.org/2020/06/30/la-nueva-normalidad-no-existe-olvidamos-facilmente/</a>
15 días encerrada en mi casa..... se vienen siete mental breakdowns, un corte de pelo, tres tintes y engordar 18 kilos	c_@tangada	<a href="https://twitter.com/c_tangada/status/1238194570233602050">https://twitter.com/c_tangada/status/1238194570233602050</a>
esta cuarentena lo unico que va a conseguir que engorde 20 kg llevamos un día y no paro de comer	@sussooss	<a href="https://twitter.com/sussooss/status/1238587838079393794?s=20">https://twitter.com/sussooss/status/1238587838079393794?s=20</a>
José Manuel Soto: "Al mes empecé a saltarme el confinamiento, como todo el mundo"	20Minutos	<a href="https://twitter.com/20m/status/1274988644588191744?s=20">https://twitter.com/20m/status/1274988644588191744?s=20</a>
#Yovoyal cine por necesidad. Para mí sentarme en una sala y meterme en una película es casi terapia. Es la mejor sensación que conozco. No poder ir al cine significa, para mí, no vivir. Así de claro.	@perradesatan	<a href="https://twitter.com/perradesatan/status/1272864176118140929?s=20">https://twitter.com/perradesatan/status/1272864176118140929?s=20</a>



Qué bueno cuando una marca te endulza un momento ya de por sí dulce @pccomponentes #PCDays	@DiegoLS8	<a href="https://twitter.com/DiegoLS8/status/1281111393299763200?s=20">https://twitter.com/DiegoLS8/status/1281111393299763200?s=20</a>
Día de cuarentena: 150 50: el pan	@asicomotecuento	<a href="https://twitter.com/asicomotecuento/status/1293511162215235585">https://twitter.com/asicomotecuento/status/1293511162215235585</a>
Hemos creado una playlist con distintos ambientes de bar. Para que te puedas tomar una cerveza en casa, como si estuvieras en un bar. Con un poco de ambiente. #ElSaborDeHacerloBien. Jarra de cerveza <a href="https://bit.ly/ComoenelBar">https://bit.ly/ComoenelBar</a>	@Amstel_ES	<a href="https://twitter.com/Amstel_ES/status/1243500262041571330?s=20">https://twitter.com/Amstel_ES/status/1243500262041571330?s=20</a>
¿tú también tienes la sensación de que te gastas una pasta cada vez que sales de casa, quizá deberías leer esto.	El Confidencial	<a href="https://twitter.com/hectorgbarnes/status/1272516877500272644?s=20">https://twitter.com/hectorgbarnes/status/1272516877500272644?s=20</a>
The 2020s are the Remote Work decade A few predictions of what is likely to emerge [ a thread ] Computadora personalViviendaGlobo terráqueo con Europa y África	@chris_herd	<a href="https://twitter.com/chris_herd/status/1279791256286224387?s=20">https://twitter.com/chris_herd/status/1279791256286224387?s=20</a>
Teletrabajar: querer y poder	El País	<a href="https://elpais.com/economia/2020-06-27/teletrabajar-querer-y-poder.html">https://elpais.com/economia/2020-06-27/teletrabajar-querer-y-poder.html</a>
Good news and bad news: 2020 is half over	@Twitter	<a href="https://twitter.com/Twitter/status/1278347468690915330?s=20">https://twitter.com/Twitter/status/1278347468690915330?s=20</a>
We must now realize the promise of America by trusting God, unifying our vision and building our future. I am running for president of the United States 🇺🇸! #2020VISION	@kanyewest	<a href="https://twitter.com/kanyewest/status/1279575273365594112">https://twitter.com/kanyewest/status/1279575273365594112</a>
Seguro que su valoración de la no necesidad del teletrabajo ha estado motivada por un profundo análisis del sistema educativo y empresarial español.	@gamusino	<a href="https://twitter.com/gamusino/status/1275438905710395392?s=20">https://twitter.com/gamusino/status/1275438905710395392?s=20</a>
Yo desde luego #fan Your home is your gym <a href="https://axios.com/newsletters/axios-future-03d02592-23bb-4fda-b221-3a2407cca92b.html?chunk=1&amp;utm_term=twsocialshare#story1">https://axios.com/newsletters/axios-future-03d02592-23bb-4fda-b221-3a2407cca92b.html?chunk=1&amp;utm_term=twsocialshare#story1</a> #axiosfuture	@neuroadvertisng	<a href="https://twitter.com/neuroadvertisng/status/1278604144237064192">https://twitter.com/neuroadvertisng/status/1278604144237064192</a>
"Trabajar en casa suena muy bien hasta que te das cuenta de que esa casa en la que vas a trabajar es la tuya". La frase. El press. Viva @alb_olmos.	@juansotoivars	<a href="https://twitter.com/juansotoivars/status/1280788210285711361">https://twitter.com/juansotoivars/status/1280788210285711361</a>
54 Ways Coronavirus Has Changed Our World	NYT	<a href="https://www.nytimes.com/interactive/2020/05/27/sunday-review/coronaviruses-effects.html?smtyp=cur&amp;smid=tw-nytopinion">https://www.nytimes.com/interactive/2020/05/27/sunday-review/coronaviruses-effects.html?smtyp=cur&amp;smid=tw-nytopinion</a>
Capitalism After Covid	The Philosophers' Magazine	<a href="https://www.pdcnet.org/tpm/content/tpm_2020_0089_0012_0015">https://www.pdcnet.org/tpm/content/tpm_2020_0089_0012_0015</a>



The COVID-19 Pandemic Shows Why We Must—And How We Can—End Racial Injustice in Health	TIME	<a href="https://time.com/5855756/covid-19-racial-injustice-health/">https://time.com/5855756/covid-19-racial-injustice-health/</a>
Consciente de su valor, Publicis Media España actualiza de nuevo su #MonitorDeEmociones, el proyecto de escucha social y de #análisis emocional de la conversación de los españoles en el entorno #digital que se inició el pasado mes de enero.	Publicis Media	<a href="https://www.linkedin.com/posts/publicismedia_comunicaciaejn-investigaciaejn-monitordeemociones-activity-6679730101367701505-lfF5/">https://www.linkedin.com/posts/publicismedia_comunicaciaejn-investigaciaejn-monitordeemociones-activity-6679730101367701505-lfF5/</a>
El coronavirus ha propiciado un auge inesperado del material más denostado hasta ahora: millones de guantes y mascarillas, abrazos plastificados en la nueva normalidad... Pero sus residuos siguen siendo un riesgo ambiental Por @ndelatower	@Papel_EM	<a href="https://twitter.com/Papel_EM/status/1275326281207484419">https://twitter.com/Papel_EM/status/1275326281207484419</a>
The remote British village that built one of the UK's fastest Internet networks	@dancharvey	<a href="https://twitter.com/dancharvey/status/1280113520403779584?s=20">https://twitter.com/dancharvey/status/1280113520403779584?s=20</a>
The science of nostalgia: Why we're returning to the albums we loved as teens	Louder	<a href="https://www.loudersound.com/features/the-science-of-nostalgia-why-were-returning-to-the-albums-we-loved-as-teens">https://www.loudersound.com/features/the-science-of-nostalgia-why-were-returning-to-the-albums-we-loved-as-teens</a>
An interesting question: Has your taste in music changed during the coronavirus?	@alancross	<a href="https://twitter.com/alancross/status/1280117930169110534?s=20">https://twitter.com/alancross/status/1280117930169110534?s=20</a>
Inspired by this BBC piece, I would like to see the last normal pic on your phone	@RobynVinter	<a href="https://twitter.com/RobynVinter/status/1261604559597830145?s=20">https://twitter.com/RobynVinter/status/1261604559597830145?s=20</a>
El Dandy de Barcelona ya no da risa	@JonGaxia	<a href="https://twitter.com/JonGaxia/status/1281155656272273408">https://twitter.com/JonGaxia/status/1281155656272273408</a>
"Encuentre las 10 mil diferencias" por @pabloello	@Nellatronic	<a href="https://twitter.com/Nellatronic/status/1280208471577821186?s=20">https://twitter.com/Nellatronic/status/1280208471577821186?s=20</a>
Un press que arranca con una descripción del estado emocional de uno siempre engancha. "Estar raros, contra la vieja y la nueva normalidad" <a href="https://eldiario.es/interferencias/raros_6_1039806037.html">https://eldiario.es/interferencias/raros_6_1039806037.html</a> Luego ya la identificación no es completa, pero está lleno de perlititas.	@flpromero	<a href="https://twitter.com/flpromero/status/1274598772207689728?s=20">https://twitter.com/flpromero/status/1274598772207689728?s=20</a>
Wild how March was both yesterday and 27 years ago.	@bfishbfish	<a href="https://twitter.com/bfishbfish/status/1278311057744965633?s=20">https://twitter.com/bfishbfish/status/1278311057744965633?s=20</a>
Uncertain and chaotic times lead us all to reach for comfort food and TV. In April, we saw a growth in demand among old favorites, especially comedies in the US. Is this good news for @peacockTV launching with a comedy focus? Read on its originals: <a href="https://hubs.ly/H0szpNR0">https://hubs.ly/H0szpNR0</a>	@ParrotAnalytics	<a href="https://twitter.com/ParrotAnalytics/status/1283522376358072320">https://twitter.com/ParrotAnalytics/status/1283522376358072320</a>
Sanidad quiere que en las terrazas se prohíba también fumar. En ese gesto se puede contagiar el virus mucho más que hablando o gritando.	@helenaresano	<a href="https://twitter.com/helenaresano/status/1278310813569335296?s=20">https://twitter.com/helenaresano/status/1278310813569335296?s=20</a>
Durex aprovecha el ya manido concepto de "normalidad" para decir que no se vuelva a la antigua normalidad en aspectos relacionados con su producto. Let's not go back to normal.	@Elvis_Santos_	<a href="https://twitter.com/Elvis_Santos_/status/1280763754897182724?s=20">https://twitter.com/Elvis_Santos_/status/1280763754897182724?s=20</a>



Duelo a garrotazos, el cuadro de Goya en el @museodelprado y que debería colgar en el @Congreso_Es, en los bares, en las oficinas, en los estadios, etc	@Juancarlerias	<a href="https://twitter.com/Juancarlerias/status/1273497610465271808?s=20">https://twitter.com/Juancarlerias/status/1273497610465271808?s=20</a>
#ÚltimaHora Círculo rojo El FMI sitúa a España en cabeza del hundimiento mundial	@elmundoes	<a href="https://twitter.com/elmundoes/status/1275777133667893253">https://twitter.com/elmundoes/status/1275777133667893253</a>
Why aren't we talking about the mental health effects of COVID - isolation, job loss, parent/child relationships strained, relationships ending.... who is covering this angle?	@AmandaMGoetz	<a href="https://twitter.com/AmandaMGoetz/status/1280500884435320838">https://twitter.com/AmandaMGoetz/status/1280500884435320838</a>
Charlé con Carmen Maura sobre el coronavirus, el aislamiento, su nueva serie y su fascinante pasión por los electrodomésticos.	@albertomoreno__	<a href="https://twitter.com/albertomoreno_/status/1284961758608752641?s=20">https://twitter.com/albertomoreno_/status/1284961758608752641?s=20</a>
Los primeros turistas ya disfrutaban de la nueva normalidad en Mallorca	Diario de Mallorca	<a href="https://www.diariodemallorca.es/mallorca/2020/06/22/primeros-turistas-disfrutan-nueva-normalidad/1517930.html">https://www.diariodemallorca.es/mallorca/2020/06/22/primeros-turistas-disfrutan-nueva-normalidad/1517930.html</a>
Si aquí no hay rebrotes, habrá que importar. #NuevaNormalidad	@PascualPanico	<a href="https://twitter.com/PascualPanico/status/1275031591161602049">https://twitter.com/PascualPanico/status/1275031591161602049</a>
El nuevo perfil de tweetero que nos va a acompañar en las próximas semanas: el que comparte cualquier noticia de un rebrote que haya en cualquier rincón del mundo, a veces tal cual, a veces con un "ya avisé".	@hectorgbarnes	<a href="https://twitter.com/hectorgbarnes/status/1275429934606008320?s=20">https://twitter.com/hectorgbarnes/status/1275429934606008320?s=20</a>
¡Hola! Vamos a ver si la magia de Twitter funciona conmigo: si necesitas orientación con tu tesis de corte científico, especialmente con el análisis de datos, puedes escribirle a mi tía, quien es bióloga y doctora. Para más información contáctame al DM.	@Bouless	<a href="https://twitter.com/Bouless/status/1274131668379545600?s=20">https://twitter.com/Bouless/status/1274131668379545600?s=20</a>
TINDER VERSION TWITTER Instrucciones: Comentáis un punto y le dais fav(como un like en tinder) a otros u otras que os gusten, si esa persona tiene interés en conocerte te manda el tweet y empezáis una conversación con esta excusa. Puede ser solo amistad. Suerte y participad	@Vaca__99	<a href="https://twitter.com/Vaca__99/status/1284958120377278465?s=20">https://twitter.com/Vaca__99/status/1284958120377278465?s=20</a>
Dating is also getting to grips with the changes.	@TwitterMktgUK	<a href="https://twitter.com/TwitterMktgUK/status/1240315924382613504?s=20">https://twitter.com/TwitterMktgUK/status/1240315924382613504?s=20</a>
"Boris Johnson: Our principle is to trust the British public to use their common sense in the full knowledge of the risks  British public 24 hours later: Might head down to the packed beach for a quick shit in a burger box" @JimMFelton <a href="https://twitter.com/JimMFelton/status/1276085859041906688">https://twitter.com/JimMFelton/status/1276085859041906688</a> tweet	@JimMFelton	<a href="https://twitter.com/JimMFelton/status/1276085859041906688">https://twitter.com/JimMFelton/status/1276085859041906688</a>
La distancia de seguridad es un castillo de arena	@planerpila	<a href="https://twitter.com/planerpila/status/1281270841674784769">https://twitter.com/planerpila/status/1281270841674784769</a>
Durex aprovecha el ya manido concepto de "normalidad" para decir que no se vuelva a la antigua normalidad en aspectos relacionados con su producto. Let's not go back to normal.	@Elvis_Santos_	<a href="https://twitter.com/Elvis_Santos_/status/1280763754897182724?s=20">https://twitter.com/Elvis_Santos_/status/1280763754897182724?s=20</a>
Raúl, valenciano de 25 años, ha explicado a verne por qué se ha tatuado la cara de Fernando Simón en el muslo	@el_pais	<a href="https://twitter.com/el_pais/status/1274702612089233410?s=20">https://twitter.com/el_pais/status/1274702612089233410?s=20</a>
8. 🇪🇸 y 🇺🇸 son los únicos países donde la confianza en el Gobierno está por debajo del 50% en esta crisis. En España ese bajo % se explica por la desconfianza de los ciudadanos conservadores. En EEUU por la desconfianza de los ciudadanos de izquierda	@risj_oxford	<a href="https://twitter.com/risj_oxford/status/1251463147610931203">https://twitter.com/risj_oxford/status/1251463147610931203</a>
Hoy en...QUE ME DEN MI PAGUITA	@forocoches	<a href="https://twitter.com/forocoches/status/1274094482456272905?s=20">https://twitter.com/forocoches/status/1274094482456272905?s=20</a>



De hecho, en el caso de que los clientes no cumplan con los requisitos del Gobierno, hemos llevado a cabo la iniciativa de la Carencia Bankinter en la que se podrá aplazar hasta 4 meses el pago de la cuota de la hipoteca <a href="http://ow.ly/sl8p30qEgow">http://ow.ly/sl8p30qEgow</a> (2/3)	@Bankinter	<a href="https://twitter.com/Bankinter/status/1258726827629084672">https://twitter.com/Bankinter/status/1258726827629084672</a>
City living is losing its allure as affluent consumers look to the countryside for a more stable and idyllic lifestyle. Meet the Rural Luxury Market : <a href="https://future-lab.co/31Qch1q">https://future-lab.co/31Qch1q</a>	@TheFutureLab	<a href="https://twitter.com/TheFutureLab/status/1280864213464989696">https://twitter.com/TheFutureLab/status/1280864213464989696</a>
Coronavirus: Luces y sombras de la educación a distancia	La Razón	<a href="https://www.larazon.es/cataluna/20200405/rhxtq7sawjerroiksgp7gimjiu.html">https://www.larazon.es/cataluna/20200405/rhxtq7sawjerroiksgp7gimjiu.html</a>
Today we are excited to announce #CampTwitter 🏡🐦 for @TwitterParents an 8 week virtual camp of learning & activities for #TwitterKids and resources for our parents 👨👩👧👦 to our @TwitterREW events team and all our partners who helped us launch 🏡👨👩👧👦 #LoveWhereYouWork #OneTeam	@darkkdiggler	<a href="https://twitter.com/darkkdiggler/status/1280500441399296003">https://twitter.com/darkkdiggler/status/1280500441399296003</a>
Having a kid (with a second one on the way) has been hard through all this, but at least I have a flexible job. Parents need a bailout, likely UBI. <a href="https://nytimes.com/2020/07/02/business/covid-economy-parents-kids-career-homeschooling.html?smid=tw-share">https://nytimes.com/2020/07/02/business/covid-economy-parents-kids-career-homeschooling.html?smid=tw-share</a> @AndrewYang	@StephenJBronner	<a href="https://twitter.com/StephenJBronner/status/1278705291115335680?s=20">https://twitter.com/StephenJBronner/status/1278705291115335680?s=20</a>
"¿Es verdad que cobras 1.900 euros? ¿Te han enchufado? ¿Qué haces?". Estas son las preguntas que los bañistas suelen hacer a Juan Carlos cuando le ven en la playa con su mascarilla y la camiseta de la Junta. Un nuevo oficio post-covid	@el_pais	<a href="https://twitter.com/el_pais/status/1275066006554230784?s=20">https://twitter.com/el_pais/status/1275066006554230784?s=20</a>
Tanto entusiasmo por la play5 me provoca un sentimiento muy encontrado ...Por un lado cesantía, falta de dinero y familiares enfermos 😞 personas que se quejan que no les llega la caja de mercadería ni bonos,publicando que esperan que les dé el cupo en la tarjeta para comprarla?	@Mar_Andrea87	<a href="https://twitter.com/Mar_Andrea87/status/1271521419843772418">https://twitter.com/Mar_Andrea87/status/1271521419843772418</a>
El 94% de la población no tiene pensado ahorrar. Ya saben, keep calm and...	@KeepCalmSlaveOn	<a href="https://twitter.com/KeepCalmSlaveOn/status/1283678499031732225">https://twitter.com/KeepCalmSlaveOn/status/1283678499031732225</a>
I love those risk charts... if you find others, can you share them with me, please...?	@freakonometrics	<a href="https://twitter.com/freakonometrics/status/1279388623385825283?s=20">https://twitter.com/freakonometrics/status/1279388623385825283?s=20</a>
Torra llama a veranear en Cataluña: "Aquí todos son bienvenidos y todo el mundo será acogido con una sonrisa y toda la seguridad del mundo"	@europapress	<a href="https://twitter.com/europapress/status/1272494059609702401?s=20">https://twitter.com/europapress/status/1272494059609702401?s=20</a>
El infierno de dos ancianos en su pueblo tras superar el coronavirus: hasta el alcalde los señala	Cadena Ser	<a href="https://cadenaser.com/ser/2020/06/02/sociedad/1591085860_177485.html">https://cadenaser.com/ser/2020/06/02/sociedad/1591085860_177485.html</a>
Coronavirus y nueva normalidad en Valencia: multas de 3.000 euros en la Noche de San Juan	@abc_es	<a href="https://twitter.com/abc_es/status/1275317186773614593">https://twitter.com/abc_es/status/1275317186773614593</a>
El rebrote de Huesca "es un tema puntual que se puede atajar pero hay que concienciar a los jóvenes"	@telemadrid	<a href="https://twitter.com/telemadrid/status/1275417512096694273?s=20">https://twitter.com/telemadrid/status/1275417512096694273?s=20</a>
MENSAJE IMPORTANTE (sigue en respuestas)	@taburete89	<a href="https://twitter.com/taburete89/status/1292226248480043009">https://twitter.com/taburete89/status/1292226248480043009</a>
Quería daros las gracias a todos en serio 🥰♥️. Siempre me he sentido inferior a los demás, porque la sociedad me ha hecho ser así y ver tanto apoyo en el vídeo siento que estoy en un sueño y que pronto me voy a levantar. <a href="https://youtube.com/playlist?list=PLYqwWDz0cESJ8_uFtwGVw_9My3ojMdHE2">https://youtube.com/playlist?list=PLYqwWDz0cESJ8_uFtwGVw_9My3ojMdHE2</a> es mi exp con el bulling.	@inmafranco_	<a href="https://twitter.com/inmafranco_/status/1275347203238871040?s=20">https://twitter.com/inmafranco_/status/1275347203238871040?s=20</a>
Teletrabajo durante el confinamiento: el coronavirus agrava las diferencias entre hombres y mujeres para conciliar	RTVE	<a href="https://www.rtve.es/alcanta/videos/telediario/teletrabajo-durante-confinamiento-coronavirus-agrava-diferenci">https://www.rtve.es/alcanta/videos/telediario/teletrabajo-durante-confinamiento-coronavirus-agrava-diferenci</a>



		<a href="https://www.as-entre-hombres-mujeres-para-con-ciliar/5601018/">as-entre-hombres-mujeres-para-con-ciliar/5601018/</a>
Hikikomori	Wikipedia	<a href="https://es.wikipedia.org/wiki/Hikikomori">https://es.wikipedia.org/wiki/Hikikomori</a>
Personas de 65+ años que viven solas. Podrían haber enfrentado dificultades especiales en la vida diaria a consecuencia del aislamiento social durante la pandemia de COVID-19.	@EnvejecerCSIC	<a href="https://twitter.com/EnvejecerCSIC/status/1275456260159098883?s=20">https://twitter.com/EnvejecerCSIC/status/1275456260159098883?s=20</a>
Adoptaunabuelo.org es un programa de compañía para la tercera edad.	@adoptaunabuelo	<a href="https://twitter.com/adoptaunabuelo?s=20">https://twitter.com/adoptaunabuelo?s=20</a>
Esque somos muy caseros @OT_Oficial	@stayhomas	<a href="https://twitter.com/stayhomas/status/1263242676230594565?s=20">https://twitter.com/stayhomas/status/1263242676230594565?s=20</a>
'Tiger King', a punto de desbancar 'Stranger things' como la serie más exitosa de Netflix	La Vanguardia	<a href="https://www.lavanguardia.com/series/netflix/20200409/48396005947/tiger-king-netflix-audiencia-joe-exotic.html">https://www.lavanguardia.com/series/netflix/20200409/48396005947/tiger-king-netflix-audiencia-joe-exotic.html</a>
My favorite feel good Twitter story in a long time. 16m views in a day + acknowledgement from Bob Iger, Marvel folks, Luke Skywalker & more.	@JuiceboxCA	<a href="https://twitter.com/JuiceboxCA/status/1279178119077822466?s=20">https://twitter.com/JuiceboxCA/status/1279178119077822466?s=20</a>
We already watch too much TV. Coronavirus may push us over the edge	Los Angeles Times	<a href="https://www.latimes.com/entertainment-arts/tv/story/2020-03-19/coronavirus-streaming-binge-watch-overwhelming">https://www.latimes.com/entertainment-arts/tv/story/2020-03-19/coronavirus-streaming-binge-watch-overwhelming</a>
VIDEO VIRAL: Albañiles, los nuevos reyes de Tik Tok gracias a su "Check list"	El Heraldo de México	<a href="https://heraldodemexico.com.mx/tendencias/albaniles-tik-tok-video-viral-conquistan-seguidores-albanil-check/">https://heraldodemexico.com.mx/tendencias/albaniles-tik-tok-video-viral-conquistan-seguidores-albanil-check/</a>
Ibai deja la Liga de Videojuegos y anuncia su entrada en la G2 Esports de 'ocelote'	El Confidencial	<a href="https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2020-02-05/ibai-llanos-lvp-g2-esports_2443008/">https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2020-02-05/ibai-llanos-lvp-g2-esports_2443008/</a>
La tertulia más canalla de Superliga. No nos hacemos responsables de lo que se pueda decir. O sí.	@ChiringoSLO	<a href="https://twitter.com/ChiringoSLO">https://twitter.com/ChiringoSLO</a>
Basic bull thesis for gaming: 1) Americans spend about 2.1B hours per day in de-duplicated media time 2) 75% of that time is TV 3) 50% of TV time is 50+, 30% is 65+ 4) Gen Y games far more than X, Z far more than Y  Thus audience penetration growing + aging into greater media time	@ballmatthew	<a href="https://twitter.com/ballmatthew/status/1283411356407005187">https://twitter.com/ballmatthew/status/1283411356407005187</a>
sports: still not back yet as billionaire owners screw players and leagues hoard COVID-19 tests while the public can't get tested esports: another weekend of online live pro CSGO, Call of Duty, League of Legends, OW, Fortnite, Valorant, Smash, SC2, Dota, RL, R6, PUBG, WoW action	@Slasher	<a href="https://twitter.com/Slasher/status/1284960977625243651">https://twitter.com/Slasher/status/1284960977625243651</a>
<b>NEW</b> 🔥 RC Celta 6-0 Alavés 🔥 Osasuna 0-5 Atleti 🔥 Real Madrid 5-0 CD Leganés 🔥 FC Barcelona 5-0 SD Eibar  📌 ¡La goleada del @RCCelta en el #CeltaAlavés ya es la MAYOR GOLEADA de #LaLigaSantander 2019/20!	@LaLiga	<a href="https://twitter.com/LaLiga/status/1274739606114627585?s=20">https://twitter.com/LaLiga/status/1274739606114627585?s=20</a>
La 'nueva normalidad' del deporte se completa con la F1, MotoGP, el tenis y la NBA	20Minutos	<a href="https://www.20minutos.es/deportes/noticia/4310695/0/regreso-f1-nba-motogp-tenis-post-coronavirus/">https://www.20minutos.es/deportes/noticia/4310695/0/regreso-f1-nba-motogp-tenis-post-coronavirus/</a>



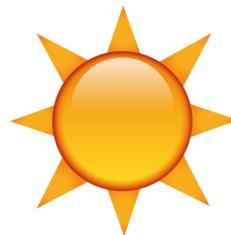
Real Madrid y Electronic Arts amplían su acuerdo de patrocinio en pleno auge de los eSports <a href="https://expansion.com/directivos/deporte-negocio/2020/07/16/5f1024a5e5fdea4e1e8b45f8.html">https://expansion.com/directivos/deporte-negocio/2020/07/16/5f1024a5e5fdea4e1e8b45f8.html</a> a través de @expansioncom	@SENNFERRERO	<a href="https://twitter.com/SENNFERRERO/status/1283749791101575169">https://twitter.com/SENNFERRERO/status/1283749791101575169</a>
El abrazo de la vida. Hace muchos años, alguien puso esta reja, para que el árbol se quedara ahí, y la reja aquí. Esto es lo que pasa con las fronteras, que son sólo estructuras mentales rígidas, capaces de herir, pero siempre sobrepasadas por lo vivo	@planerpila	<a href="https://twitter.com/planerpila/status/999604631599710209?s=20">https://twitter.com/planerpila/status/999604631599710209?s=20</a>
Chiques, luego os hago Bizum', así lo ha titulado J.Warx, su autor. Por @AlfredoPascual1	@elhuffpost	<a href="https://twitter.com/EIHuffPost/status/1291443673268285445">https://twitter.com/EIHuffPost/status/1291443673268285445</a>
I am excited for this partnership with Disney across all of its platforms to elevate Black and Brown directors, creators, storytellers & producers. I look forward to sharing culturally impactful and inspiring projects.	@Kaepernick7	<a href="https://twitter.com/Kaepernick7/status/1280191763953717248?s=20">https://twitter.com/Kaepernick7/status/1280191763953717248?s=20</a>
#ConguitosLivesMatter, el contraataque en redes de los defensores de los Conguitos	@elmundoes	<a href="https://twitter.com/elmundoes/status/1276904384962744320?s=20">https://twitter.com/elmundoes/status/1276904384962744320?s=20</a>
Antes de que lo haga público Amazon, como pasó el año pasado con "Contra Amazon": Mi nuevo libro es "Lo viral", un diario fake, una reconstrucción histórica de la pandemia, un experimento literario y, sobre todo, un ensayo sobre la viralidad digital. El 1 de julio en librerías.	@jorgecarrion21	<a href="https://twitter.com/jorgecarrion21/status/1273617374298738698?s=20">https://twitter.com/jorgecarrion21/status/1273617374298738698?s=20</a>
La gran @MarAbad me entrevista en @YorokobuMag sobre "Lo viral" @G_Gutenberg y "Solaris" @PodiumPodcast Gracias.	@jorgecarrion21	<a href="https://twitter.com/jorgecarrion21/status/1281138022042525698?s=20">https://twitter.com/jorgecarrion21/status/1281138022042525698?s=20</a>
Las flores abriéndose camino a través de una pared de Hackney (Londres) durante el confinamiento. Fotón de Tim Walker para una de las portadas del número especial Reset del Vogue británico.	@CrisCasero	<a href="https://twitter.com/CrisCasero/status/1278455984294440961?s=20%20?">https://twitter.com/CrisCasero/status/1278455984294440961?s=20%20?</a>
Lo que nos ha enseñado el confinamiento: hay que tener una regleta de USB cerca del sofá.	@cl4usman	<a href="https://twitter.com/cl4usman/status/1246472244831965184?s=20">https://twitter.com/cl4usman/status/1246472244831965184?s=20</a>
¿Bot o no bot? El hecho de que una cuenta parezca de un usuario poco avanzado o no esté de acuerdo contigo no significa que sea un bot. Pero escuchamos muchas especulaciones sobre esto, así que vamos a darte algunos detalles 🙋	@TwitterEspana	<a href="https://twitter.com/TwitterEspana/status/1267424409280753669?s=20">https://twitter.com/TwitterEspana/status/1267424409280753669?s=20</a>
250,000 personas viendo nuestro show en tiempo real hoy El mundo del live-streaming y shoppertainment están aquí para quedarse	@carlosotermín	<a href="https://twitter.com/carlosotermín/status/1283073546994937860">https://twitter.com/carlosotermín/status/1283073546994937860</a>
Upfront payments / immediate cash flow for longer term discounts at Pret. Sure we'll see more examples like this coming out of COVID	@LCBrennan	<a href="https://twitter.com/LCBrennan/status/1274332099496083458?s=20">https://twitter.com/LCBrennan/status/1274332099496083458?s=20</a>
Important & troubling data review from @mslaurabliss @Jeremy_CF_Lin @mariepastora at @business: "Now, as driving and walking start to rebound around the world, public transit use has barely returned in many places."	@MonicaTibbitsN	<a href="https://twitter.com/MonicaTibbitsN/status/1275826525338628097?s=20">https://twitter.com/MonicaTibbitsN/status/1275826525338628097?s=20</a>
Desde el 15 de marzo, ha habido más de 250 millones de Tweets en todo el mundo expresando gratitud y agradecimiento, un aumento del 26% con respecto a la media de febrero.	@TwitterEspana	<a href="https://twitter.com/TwitterEspana/status/1260244184969236480?s=20">https://twitter.com/TwitterEspana/status/1260244184969236480?s=20</a>
BREAKING: U.S. House passes sweeping policing reform bill, largely along party lines, that aims to address systemic racism and police brutality in wake of the police killing of George Floyd; Minnesota Rep. Omar presided over the vote.	@NBCNews	<a href="https://twitter.com/NBCNews/status/1276316396046168065?s=20">https://twitter.com/NBCNews/status/1276316396046168065?s=20</a>
Si no fueras ni hombre ni mujer. ¿preferirías no decirlo? 🙋👤 Entra en <a href="http://lpreferitosay.com">http://lpreferitosay.com</a> 👤👧 de la mano de @pelopantene y ayuda a que todas las personas puedan definirse 👤👧🌈 #IPreferToSay	@Los40	<a href="https://twitter.com/Los40/status/1278283094768959488">https://twitter.com/Los40/status/1278283094768959488</a>



<p>Conguitos: -Nombre y logo racista -Caricaturiza el dolor de la esclavitud -El rebrand está tardando demasiado</p> <p>M&amp;Ms: -De colorines como la bandera del Pride -Tienen diferentes personalidades. -Dos de ellas son mujeres trans lesbianas liadas entre ellas.</p>	@Milkynatta	<a href="https://twitter.com/Milkynatta/status/1276099666434764802">https://twitter.com/Milkynatta/status/1276099666434764802</a>
<p>Un nuevo hogar empieza.Uno repleto de todas las visitas aplazadas, de cenas improvisadas, de sobremesas eternas... Un hogar que ahora ves con otros ojos, que has hecho tuyo más que nunca.Desde hoy, un nuevo hogar empieza y queremos construirlo juntos.</p>	@IKEASpain	<a href="https://twitter.com/IKEASpain/status/1269910032822308865?s=20">https://twitter.com/IKEASpain/status/1269910032822308865?s=20</a>
<p>Seguimos en @loquevienefest Hablamos de los desafíos de los festivales de cine: los directores de Donosti, Sevilla, Málaga y del Cine de Autor 🎬🎬🎬🎬 Moderados por Luis Martínez</p>	@mariolacubells	<a href="https://twitter.com/mariolacubells/status/1283693753304264704">https://twitter.com/mariolacubells/status/1283693753304264704</a>
<p>Soñar es crear un puente entre la ilusión y la verdad, solo alcanzable si se cruza con el corazón. Seguiré soñando y agradeciendo ♥ #PuenteDelCorazónPartío #Madrid #LoQueFuiEsLoQueSoy @MADRID</p>	@AlejandroSanz	<a href="https://twitter.com/AlejandroSanz/status/1280141925513932801">https://twitter.com/AlejandroSanz/status/1280141925513932801</a>
<p>En un momento en el q solo vende la República, la Guerra Civil o el Franquismo, llega Santiago Segura, hace una película sobre la familia y es éxito en taquilla. Igual algunos están equivocando su mensaje...</p>	@niduaz	<a href="https://twitter.com/niduaz/status/1292708265667829761">https://twitter.com/niduaz/status/1292708265667829761</a>



# /Top Emojis 2020



\*Análisis de crecimiento de menciones a emojis entre Enero y Mayo de 2020 en España (tomando como referencia la semana en la que se declaró el estado de alarma en nuestro país).



# /Provocaciones

#	1 Dato	Ante	Provocación
1	El 59% de los usuarios de Twitter espera que las marcas vuelvan a la normalidad	La nueva normalidad es la nueva paciencia	Con qué ayudas, contenidos, conversaciones y mensajes instantáneos llenarán las marcas la experiencia mientras se espera, consecuencia de las medidas. ¿Habrás fast track instantáneo por Twitter? ¿Pre reservas? ¿Hotline? Se venderá más online... Pero, ¿Y la experiencia de marca? ¿Y la atención al cliente?
2	El 29 de mayo de 2020 fue el día más triste de la historia de Twitter	La abulia y la recuperación física y anímica	¿Qué marca nos pondrá las pilas de la confianza con mucho cariño?
3	La preocupación #1 de los usuarios de Twitter en España era que se contagiaron familiares o amigos.	Ante la autoprohibición de ver a seres queridos y unas vacaciones sin planes	¿Qué marca le conseguirá pueblos nuevos a la gente? ¿Y a los <u>mavores</u> que se quedan solos, quién les llevará "hijos"?
4	Rebotes en España	Un escenario peor	¿Está preparada su marca para una recaída en confinamiento y el consecuente aumento de restricciones?
5	#Engordar +1121%	La necesidad de liberación	¿Qué marcas nos harán quedar, opinar, correr, reír, abrazar, salir, endulzar y gritar.
6	Un 36% de españoles ha tirado de sus ahorros durante el confinamiento	La congelación del gasto familiar a largo plazo	¿Cómo pueden las marcas ser parte del pequeño gasto de ocio diario?
7	Reunirnos con nuestros familiares y amigos es la actividad que esperamos realizar con mayor inmediatez	El pequeño homenaje y el placer del reencuentro	¿Qué marcas nos ayudarán a darnos un pequeño homenaje? ¿Y con el ajuste de la expectativa VS la nueva realidad del reencuentro?
8	#Webinar +584%	La educación online en un entorno de crisis	¿Cómo puede una marca ayudar a las personas a adaptarse a través de nuevos conocimientos? La educación. Un valor nuevo para marcas inesperadas.
9	#Casa +202%	El surgimiento actitudinal del consumo local	¿Cómo configurar un plan de medios para comunicar como una marca de cercanía para entrar en estos nuevos hogares?
10	#Teletrabajo +562%	La nueva fuerza del siglo XXI	¿Qué clase de marca quiere ser? La que anima a que todo vuelva a ser igual o la que sueña con la conquista de un nuevo espacio-tiempo?
11	#Emociones +35%	El carrusel emocional	¿Cómo gestionar la compra por impulso, la bunkerización y las devoluciones emocionales?
12	#ArmaLeta es trending topic. El señor de los anillos era portada en Netflix y Orange TV 20 años después de su estreno	La nostalgia. El antes y el después del Covid	¿Cómo pueden las marcas hacernos conscientes del peso de la historia y ayudarnos a conectar el rewind con el fast forward en la banda sonora de nuestras vidas?



13	#mascarillas +1076%	La necesidad de tocar	¿Qué marca será capaz de encender la chispa en una glaciación de relaciones interpersonales con responsabilidad?
14	#Solidaridad +453%	Los desamparados	<i>Fase de rehabilitación emocional más crisis económica. Un momento para los valores morales, rozando los cuidados paliativos: Amar a las personas como a nuestra propia marca sin esperar (casi) nada a cambio.</i>
15	#SanidadPública +413%	Lo público y lo privado	¿Cómo pueden las marcas ayudar a la salud pública y la economía de 6 millones de autónomos y Pymes?
16	La crisis sanitaria trae la explosión de la casa rural de lujo	El bienestar y la seguridad	¿Puede una marca darnos una playa o una <a href="#">casa rural</a> con sitio, sin aglomeraciones y libre de miradas?
17	"Estamos juntos en esto"	La demanda en el duelo	¿Cómo pueden las marcas seguir creando conversaciones responsables que generen demanda sin crear <a href="#">emociones poco realistas</a> en las personas? ¿Y poder diferenciar a la marca en sí no sería la siguiente prioridad del <a href="#">departamento de marketing</a> ? ¿Ya <a href="#">está trabajando</a> en "El anuncio" de estas navidades?
18	El 94% de los españoles no tiene planeado ahorrar	La inexistencia de planes personales a largo plazo	¿Cómo hacer del ahora el único momento decisivo de una compra?
19	Miedo a salir a la calle +2.423%	El cole virtual	¿Ayudamos a borrar la huella digital de los menores en confinamiento y la de este curso?
20	#Ansiedad TT +170%	La ética confusa	¿Qué <a href="#">punto de vista</a> ofrecen las marcas sobre lo que está bien y lo que no, ahora?
21	#Nostalgia +44%	El stock 2020	¿Puede una marca promocionar el stock pre-COVID de modo que gane los bolsillos y también los corazones de las personas?
22	#AnimalCrossing 965%	Los followers perfectamente imperfectos	Como marca, ¿Le sujetarás el cubata a tu fandom sí o no?
23	#LeagueOfLegends +26%	El boom de los sports y el Primetime de televisión	¿El primer programa masivo de esports en Twitter? ¿Tuits dentro de los estadios? Conquiste el Primetime de la tele en Twitter
24	#Conguitos +14.725%	La agenda local	<i>Ir contracorriente. Crear lugares, contenidos y conversaciones alternativos que permitan la expresión de lo cercano y lo local.</i>
25	#esperanza +822%	Rebajas, La vuelta al cole, Black Friday y Navidad	¿Qué nuevas innovaciones, <a href="#">atributos</a> de producto o nuevos servicios anulan la necesidad de la espera de bienes de largo plazo de cara a Navidad?
26	El sector de Hogar y Decoración las compras a través de web se incrementaron un +77%	Ante sustitutos y nuevos canales	¿Cómo pasará la marca de digital a virtual? ¿Y de virtual a físico?
27	#MarcaEspaña +33%	Ante la polarización, la reducción	¿Cómo pueden las marcas fomentar y celebrar el <a href="#">consenso mínimo viable</a> de lo que nos une? ¿Otra vez la Selección o será la salud del planeta? ¿Un nuevo artista? ¿La <a href="#">desigualdad</a> ? Gran conversación aquí.



<b>28</b>	Un 41% de las personas de Twitter en España consideran mucho más importante que las empresas se comporten de manera más sostenible, debido al coronavirus (+19% vs el internauta medio)*	La sensibilidad ecológica del post confinamiento	<i>Que la sostenibilidad sea una tendencia de comunicación porque es un campo de acción</i>
<b>29</b>	#lacasadepapel 517%	Nuevo mix de consumo de medios	<i>¿Cómo pueden las marcas dar mayor interactividad familiar al aumento de horas frente a la televisión?</i>