

# #ConstruyeTuMarca

(Curso de marcas personales)

Semana 8. TWITTER

**AUTORES:**

**Antonio María Arenas Ortiz**

**Sergio Santomé Taboada**

**Arturo de las Heras García**

**Santiago Hernández Hernández**



## Semana 8:

### TWITTER

- [Introducción](#)
- [¿Qué es Twitter?](#)
- [¿Por qué es diferente al resto de redes sociales?](#)
- [¿Cuáles son los elementos de Twitter?](#)
- [Posibilidades](#)

## INTRODUCCIÓN

Twitter es una red social que fue fundada en julio de 2006 por el estadounidense Jack Dorsey.



Hoy en día, en enero de 2014, ya ha rebasado la barrera de los 500 millones de cuentas registradas en todo el mundo y cerró el año pasado rozando los 250 millones de usuarios activos.

Además, se generan más de 70 millones de tuits al día y el buscador integrado en el servicio realiza más de 850.000 consultas diarias. Su crecimiento es constante y el apoyo de grandes prescriptores, actores, cantantes, deportistas y famosos de todo tipo le otorgan un importante componente aspiracional. A finales de 2013 salió a Bolsa, y en su estreno en Wall Street se dispararon sus acciones con un alza del 72,7%, que pasaron de 26 a 45 dólares en el primer día de cotización.

El impacto de Twitter en la mayoría de ámbitos, profesionales o no, convierten a esta red social en un elemento fundamental para desarrollar nuestra marca personal, siendo un arma muy importante para aquellos que buscan darse a conocer desde cero o reforzar su presencia en el entorno virtual, elemento clave en la actualidad.

## ¿QUÉ ES TWITTER?

En palabras de Dick Costolo, consejero delegado de la empresa, “Twitter es una empresa nacida móvil. De ahí los 140 caracteres”. En consecuencia, Twitter es un servicio de microblogging que permite publicar mensajes de texto con un máximo de 140 caracteres a sus usuarios, que también tienen la posibilidad de enviar fotografías, vídeos o enlaces a otras páginas.

Todo este contenido se muestra en la página principal del usuario, que puede seguir a otros (*followings*) y a su vez ser seguido por cualquier cuenta registrada (*followers*). La sucesión de los mensajes publicados por los usuarios a los que se sigue de forma cronológica se denomina *timeline* o *TL*.

## ¿POR QUÉ ES DIFERENTE AL RESTO DE REDES SOCIALES?

Existen una serie de características inherentes a Twitter que la diferencian de otras redes y la hacen única:

### Inmediatez

Twitter es su mejor exponente. Algo está pasando y simultáneamente lo estamos leyendo (mensaje) o viendo (foto o vídeo) gracias a las personas que lo están publicando, segundo a segundo. Por esa razón, Twitter se ha convertido

.../...

.../...

en una importante fuente de información. Cualquier suceso puede llegar antes a millones de personas a través de Twitter (mediante un testigo presencial que escriba un mensaje y lo publique) que mediante los medios tradicionales.

### Sencillez

La sencillez es la característica que brilla por encima de todas. Además del propio ordenador, las aplicaciones móviles son el complemento perfecto para que la red social haya tenido un éxito tan elevado. Twitter no necesita ningún conocimiento informático o proceso complejo para ser usado: es tan fácil como escribir y enviar. La posibilidad de enviar un mensaje desde cualquier dispositivo, teléfono, tablet o PC convierte a Twitter en una herramienta imparable.

### Sinergia con los canales tradicionales

Twitter facilita la televisión o radio sociales. Cada vez son más los programas en los que tenemos la posibilidad de usar un *#hashtag* para participar e interactuar desde Twitter con los protagonistas del programa.

### La no reciprocidad

A diferencia de otras redes sociales, como Facebook o LinkedIn, Twitter no exige reciprocidad. No es necesario una correspondencia entre dos usuarios (seguirse mutuamente) para acceder al contenido publicado por uno de ambos. Podemos seguir a usuarios que no nos sigan y viceversa.

### Finalidad

Existen redes eminentemente profesionales, como LinkedIn o Xing, y otras destinadas fundamentalmente al ocio personal, como el caso de Facebook. Twitter, por su parte, puede ser utilizado con una finalidad tanto profesional como personal, todo dependerá del tipo de contenido que aporte el usuario y las cuentas a las que siga.

## ¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS DE TWITTER?

Los principales elementos de Twitter son los siguientes:

### 1. *Tweets*

Los *tweets* o tuits son los mensajes que escribe un usuario y publica en la red social. Cada mensaje tiene una extensión máxima de 140 caracteres y puede incluir enlaces a archivos de foto o vídeo.



Podemos comentar un tema en concreto utilizando un *#hashtag*. Los hashtags son la manera que tiene Twitter de organizar toda su información. Añadiendo el símbolo almohadilla # (en inglés, *hash*) delante de un término, lo estamos destacando y a la vez le estamos diciendo a Twitter que ese tuit se engloba bajo una categoría específica. Un mismo tuit puede incluir varios hashtags.

En alguna ocasión habremos escuchado la expresión *trending topic*. Esto quiere decir tendencia o tema del momento. Originalmente Twitter mostraba los 10 hashtags más utilizados en ese momento, aunque en la actualidad han ampliado la posibilidad a las palabras más usadas. Es una radiografía de los temas de los que más se habla en la red en este momento.

Muchos programas de televisión utilizan esta opción para que los espectadores puedan comentar un debate, un partido, una serie, una película, etc. desarrollando así el crecimiento de la televisión social.



Los tuits pueden ser respondidos utilizando las menciones, que son respuestas a otras cuentas (si respondes) o a la tuya propia (si te responden a un determinado mensaje). Cuando mencionamos a otro usuario lo hacemos añadiendo la dirección del mismo, que siempre comienza con el símbolo @.

.../...

.../...



Los retuits son otro componente diferencial: un mensaje publicado por un usuario puede llegar a cientos de personas que no le siguen si alguno de los seguidores del mencionado usuario lo retuitea, expandiéndose a través de las redes de esos usuarios. Esta característica es por lo que hablamos de viralidad. Se comporta como un virus.



.../...

.../...

## 2. Followers

Los *followers* o seguidores son las personas que siguen nuestra cuenta en Twitter. Al partir de cero, es difícil lograr que un gran número de cuentas sigan nuestros mensajes. Por ello el crecimiento será paulatino y será necesario ir consolidando nuestra reputación dentro de la plataforma. Para ello es básico especializarse en un determinado ámbito, reforzando así el contenido y atrayendo a distintos seguidores que recomendarán esa cuenta a terceros. La viralidad de nuestros mensajes será la clave que nos lleve a lograr que aumente el número de seguidores.

Como decíamos antes, la reciprocidad no es necesaria, a diferencia de otras redes sociales, por lo que es importante que ofrezcamos contenido de calidad o veremos que nuestros followers dejan de seguirnos.



## 3. Followings

Los *followings* o seguidos son las personas que conforman nuestro *timeline*. Es decir, las cuentas a las que seguimos y, por tanto, las que generan la información que recibimos. Cada usuario es libre de elegir según sus intereses a los usuarios que lee. Conviene reseñar que podemos dejar de seguir a un usuario cuando lo deseemos.

.../...

.../...

Es recomendable que nos creamos listas por temas para agrupar a las personas que seguimos. Así nos será más fácil leer los tuits y estar informado de lo que nos interesa.



## POSIBILIDADES

Un mensaje de Twitter puede llegar a cualquier rincón del mundo en un segundo, por lo que supone una herramienta muy interesante tanto para emitir un mensaje como para informarse. Además, la posibilidad de interactuar logra enriquecer la experiencia del usuario, que puede intercambiar opiniones con otros seguidores sobre un tema en particular.

No existen dos cuentas iguales de Twitter, sino que vamos construyendo nuestro *timeline* con base en nuestras necesidades e inquietudes, por medio de los usuarios a los que seguimos. Podemos tener una cuenta que esté enfocada al mundo profesional, en la que nuestros *followings* y *followers* sean de nuestro ámbito laboral. Así, gracias a Twitter podremos informarnos sobre las novedades de nuestro sector y conocer a otros profesionales estableciendo redes de *networking*.

Por otro lado, también podemos decidir que queremos utilizarla para ocio personal, y seguir a usuarios de todo tipo, con fines de información general, humor, entretenimiento, etcétera.

Los usuarios con una gran cantidad de seguidores pueden utilizar su cuenta como una fuente de ingresos mediante la promoción de productos y servicios. En este ámbito destacan las celebridades, que llegan a obtener grandes cantidades por este tipo de acciones.