

# *Twitter:* *5 años*

*Un recorrido por la herramienta  
que se convirtió en plataforma*

Miguel Jorge, Carlos Rebato, Eduardo Arcos, Marilín Gonzalo,  
Bárbara Pavan, Elías Notario, Juan Jesús Velasco, Inti Acevedo

# Índice

- 1 Introducción
  
- 3 Grandes momentos en la breve historia de Twitter**
- 4 Jack Dorsey, la mente que creó Twitter
- 6 Twitter: Historia de la empresa
- 11 Todo lo que sucedió en y a través de Twitter: comunicación, sociedad y política
- 21 Los números de Twitter
  
- 24 Qué es Twitter y cómo usarlo**
- 25 Cómo usar Twitter y por qué
- 28 Consejos para elegir tu nombre de usuario en Twitter
- 30 La importancia de las personas que componen tu timeline
- 33 Cómo conseguir más seguidores y retweets en Twitter
- 36 Las cinco etapas de la aceptación de Twitter
- 38 Cómo aumentar las visitas a tu web desde Twitter y medirlas de manera efectiva
- 42 Cómo buscar información en Twitter
- 50 Recomendaciones para crear buenos hashtags
- 53 Consejos para crear mensajes de 140 caracteres en Twitter...  
y no morir en el intento
- 55 Diez errores comunes en Twitter
- 58 Diez listas en Twitter que todo usuario debería crear
- 62 Más de 10 formas creativas y útiles de usar Twitter
  
- 67 Ecosistema Twitter: aplicaciones recomendadas**
- 68 Servicios y aplicaciones para tuitear desde el escritorio
- 74 Aplicaciones para tuitear desde el móvil
- 77 Herramientas para postear imágenes en Twitter
- 81 Herramientas de búsqueda de información y seguimiento de temas en Twitter
- 85 Herramientas de medición en Twitter
- 89 Las 20 mejores aplicaciones relacionadas con Twitter
  
- 94 Listas de usuarios recomendados**
- 95 Los 150 usuarios de Twitter que escriben en español que deberías seguir
- 100 Cuentas de Twitter de las publicaciones de Hipertextual
- 101 Cuentas de Twitter del equipo de Hipertextual
- 103 Cuentas de Twitter recomendadas de Telefónica

# Introducción

Todo el mundo habla de Twitter, en Twitter y sobre Twitter. En Hipertextual abrimos cuentas casi cuando Twitter era Odeo, y desde ese momento no hemos parado de contar las noticias de una empresa que hace apenas 5 años pocos imaginaban como la gran red de comunicación online que llegaría a ser.

Twitter es un servicio de publicación de mensajes cortos vía web, que siendo muy simple revolucionó primero la forma de comunicación en la escena social de Internet, y luego participó como plataforma fundamental en la difusión de cambios sociales y políticos en todo el mundo, modificando a su paso redacciones de medios de comunicación, campañas de elecciones, relaciones de empresas con sus clientes, actuación de ciudadanos en casos de catástrofes y mucho más.

Nació como un proyecto interno dentro de Odeo, se independizó y desde su sencillez compitió con muchos servicios similares, llegando a ser mucho más: una red fundamental de información para todo el que quiere saber qué pasa en el mundo. Abrió su API, logró crear a su alrededor un ecosistema de aplicaciones y servicios que lo complementan perfectamente, e hizo que sus competidores adaptaran sus diseños y funciones a esta nueva forma de comunicar. Ha sido llamado el nuevo email: nos ha enseñado un nuevo protocolo de comunicación. Programadores, CEOs, periodistas, lectores ávidos, exhibicionistas, empresas, coolhunters: todos están o quieren estar en Twitter.

En Hipertextual presentamos un resumen de estos fascinantes 5 años de Twitter. Mirando hacia atrás, nos parece increíble todo lo que ocurrió a partir y a través de la empresa del pájaro azul y las “failwhales”, y por eso en el primer apartado, Grandes momentos en la breve historia de Twitter, contamos todo sobre los momentos claves de la empresa, sus fundadores, la evolución de la herramienta, sus impresionantes cifras y cómo Twitter ha ido siendo parte de distintos acontecimientos históricos recientes de un mundo conectado por las redes.

A pesar de que Twitter es una herramienta terriblemente dúctil con una amplia variedad de usos, y aunque creemos que nadie debería ponerle reglas, todos que-

remos mejorar nuestra experiencia escuchando la de otros. La siguiente sección explica detalladamente qué es Twitter y cómo usarlo. Allí hablamos de la importancia de las personas que componen tu timeline, damos recomendaciones para elegir tu nombre de usuario, conseguir más seguidores y retweets, crear buenos hashtags y listas, buscar información y aumentar las visitas a tu web usando Twitter.

Para todo esto hay infinidad de aplicaciones que se han ido construyendo alrededor de su API, formando un auténtico ecosistema donde podemos encontrar herramientas realmente útiles. En la sección 3 seleccionamos las mejores para tuitear desde el escritorio y el móvil, postear imágenes, medir resultados, buscar información y seguir temas.

Por más herramientas que haya, sabemos que sin personas Twitter no es nada. Por eso para terminar, te recomendamos los 150 usuarios de Twitter que escriben en español que deberías seguir o por lo menos conocer. Ellos son sólo una parte de la gran comunidad en español con la que hemos ido compartiendo estos 5 años tan intensos. Ojalá este ebook pueda ser a su manera una forma de agradecimiento a todos ustedes.

# Grandes momentos en la breve historia de Twitter

# Jack Dorsey, la mente que creó Twitter

Marilín Gonzalo | @marilink

Jack me dijo que había imaginado el éxito, pero no la velocidad con la que ocurrió todo. Cuando en 2008 vino por primera vez a España para pasar por el Mobile World Congress de Barcelona, Jack Dorsey aún era un desconocido, y Twitter también lo era.

En esos momentos, Twitter en español, aunque estaba creciendo, seguía pareciéndose más a un chat entre un grupo de amigos que otra cosa. No había ningún experto en redes sociales que te dijera qué hacer y si hubiera existido todos nos hubiéramos reído un buen rato. Las dudas pasaban por pronosticar si en un año el servicio seguiría existiendo.

Compartí bastante tiempo con Jack en esa ocasión y cuando volvió a España en 2009, muchas cosas habían cambiado para Twitter, que ya era la niña bonita de internet, pero Jack era el mismo: una persona tranquila, con una calma que contrastaba con la cantidad de ideas que desgranaba su charla, callado pero siempre dispuesto a charlar y a contestar todas las preguntas que le hicieras. Usuario de iPhone, minimalista, Jack adora lo simple y funcional, los diseños casi ascéticos. La concisión necesaria en la limitación de caracteres de los tweets no son algo casual: él cree firmemente en las restricciones como inspirador creativo.

Cuando recorres una ciudad con Jack entiendes inmediatamente cómo salió Twitter de esa cabeza. A Jack le encanta caminar, hacer largos recorridos por las ciudades que visita, observar, preguntar, conectar puntos.

Su visión es tan clara que resulta absolutamente inspiradora. En ese momento había imaginado cambiar la forma en la que nos comunicábamos, convirtiéndonos en una red, y lo hizo. Dos años más tarde quería cambiar el modo en que se hacen transacciones comerciales con Square, y lo está haciendo. "Twitter cambió la comunicación, Square cambiará las finanzas", me dijo después de pedirme hacer la primera prueba de un pago en España con Square en mi iPhone. Pero es otra historia que probablemente se escribirá en un tiempo.

“Mi rol como observador y tecnólogo es mostrar lo que está sucediendo en el mundo en tiempo real y ponernos esa información al alcance inmediatamente, para que podamos cambiar nuestras vidas más rápido, con un mejor conocimiento”, dijo a Vanity Fair en una entrevista, mostrando un idealismo que parece de otra época pero que se refleja en toda su visión.

Contaba Jack que desde niño lo fascinaban los mapas y la vida urbana. Cuando su padre compró un ordenador, empezó a programar representando mapas donde pequeños puntos eran vehículos como ambulancias y coches de policía recorriendo la ciudad. “Quería jugar con la forma en que funcionaba una ciudad, así podía verla”, recuerda Jack.

Su obsesión con las ciudades, la comunicación y la programación nunca se detuvo. En 2006, mientras trabajaba para una startup llamada Odeo propuso a su jefe una idea que tenía. Jack estaba fascinado con la red de comunicación que forman los taxis en una ciudad, al ser unidades que tienen muchísima información local sobre lo que está ocurriendo, información que sólo queda dentro de esa red. Él imaginaba un servicio que pudiera hacer lo mismo pero sumando a las personas, a sus amigos, a la red de personas que cada uno quisiera formar. La principal inspiración llegó del SMS, una tecnología que él adora por su simplicidad y por lo extendida que está.

Jack propuso a Evan que crearan un servicio donde cada usuario pudiera escribir una o dos líneas sobre su status actual o lo que quisiera y pudiese enviarlo mediante su teléfono móvil a cualquiera que quisiera recibirlo. A Evan le gustó la idea, formó una nueva compañía y nombró CEO a Jack. Nació Twitter.

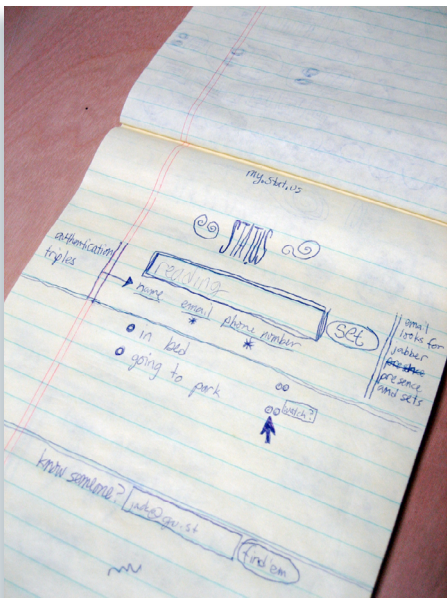
# Twitter: Historia de la empresa

Marilín Gonzalo | @marilink

Para hablar del origen de Twitter, hay que empezar desde un poco más atrás en la historia, hablar de otras compañías y sobre todo de otro de los fundadores: Evan Williams.

Williams había fundado Pyra Labs, la startup de la que surgiría Blogger.com, una de los primeros servicios en la web para crear y gestionar blogs. Williams inventó el término “blogger” y en 2003 fue reconocido por el Technology Review del MIT como uno de los top 100 innovadores menores de 35 años en el mundo. En ese mismo año, Google compró Pyra Labs.

Williams dejó Google en 2004 y se fue a fundar Odeo, una compañía de podcasting, junto con Biz Stone, otro ex-Google al que llamó a unirse al proyecto.



Odeo se trasladó a una oficina, el antiguo apartamento de Evan Williams, y comenzó a contratar empleados. Entre ellos, un programador joven, Jack Dorsey y un ingeniero llamado Blaine Cook. El problema apareció cuando Apple anunció que iTunes incluiría una plataforma de podcasting: esto implicaba un competidor arrollador con los 200 millones de iPods que Apple tenía previsto vender, y todos en Odeo empezaron a darse cuenta del punto muerto en el que estaban. Williams decidió cambiar de rumbo y empezaron a pasar jornadas enteras trabajando en nuevos proyectos.

Allí fue cuando Jack Dorsey contó a Williams una idea en la que venía pensando desde hacía años: un servicio basado en mensajes de “status” que un usuario pudiera enviar mediante SMS para comunicarse con un grupo de gente.

Un borrador de la idea de Dorsey en 2001

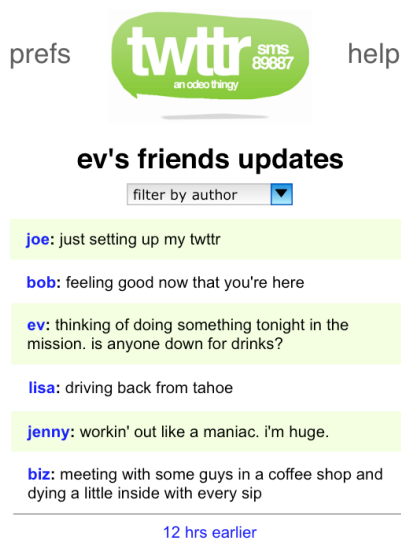


Un pequeño grupo se puso a trabajar en ello: Noah Glass estaba a cargo del proyecto, Florian Weber y Dorsey programaban, Stone diseñaba y todos estaban bajo la dirección de Odeo y Williams.



Uno de los primeros logos de Twitter

Noah Glass llamó originariamente “twtrr” al nuevo proyecto, inspirado por Flickr. Cuando buscaron la palabra “twitter” en el diccionario, vieron su significado: ‘a short burst of inconsequential information’, (un exabrupto corto de información inconsecuente) y ‘chirps from birds’ (gorjeos de pájaros). Allí se dieron cuenta que reflejaba exactamente lo que el producto era.



En marzo de 2006 ya tenían un prototipo funcionando internamente. El primer tweet no automatizado fue publicado por Dorsey el 21 de marzo a las 12:50 PM (PST), y decía: **“inviting coworkers”**.

Cuatro meses después, lo abrían al público. En abril de ese año, un pequeño terremoto en la zona se extendió rápidamente en Twitter entre las cientos de personas que ya lo usaban, que experimentaron ese momento de asombro ante la instantaneidad del servicio.

Un diseño de las actualizaciones de amigos que no duró mucho

A fines de 2006, Williams, Dorsey y Stone fundaron Obvious Corp. para adquirir las propiedades de Odeo, entre las que estaba Twitter, y en abril del siguiente año, ésta se convertiría en una compañía propia. Evan Williams presentaba una carta a los inversores de Odeo en la que les decía que la compañía no iba a ningún sitio y él no se sentía bien con eso, por lo que les proponía comprar sus acciones para que no perdieran. En cuanto a Twitter, en esa carta, Williams decía:

“Twitter es una de las piezas de valor que veo en Odeo pero es demasiado pronto para decir qué hay allí. A casi dos meses de su lanzamiento, Twitter tiene menos de 5.000 usuarios. Yo continuaré invirtiendo en Twitter pero es difícil decir que justifica la inversión que Odeo ha recogido, especialmente teniendo en cuenta que esa inversión estaba dedicada a un mercado diferente”.

Los inversores estuvieron de acuerdo y la venta se realizó. La cantidad que se pagó nunca fue conocida públicamente.

En abril de 2007, Twitter se convirtió en una compañía propia, con Jack Dorsey como CEO (director ejecutivo). Realmente en ese momento no había una percepción más o menos general de que Twitter pudiera funcionar, hasta que llegó el festival de South by SouthWest (SXSW), en Austin, Texas, en el que Twitter fue definitivamente la estrella. La gente de Twitter llenó las salas con pantallas de plasma gigantes con streamings de Twitter y su popularidad despegó. Los ponentes y panelistas mencionaban a Twitter a cada rato y los bloggers lo promocionaban. La cantidad de tweets enviados durante el evento subió de 20.000 a 60.000.

Mientras Dorsey estuvo ocupando el puesto de CEO, la compañía recibió dos rondas de inversión, la primera por una cantidad no confirmada pero que según los rumores fue de uno a cinco millones de dólares, y la segunda por 22 millones.

En octubre de 2008 Williams pasó a ser CEO y Dorsey quedó como presidente del consejo de administración, un poco alejado del día a día de la compañía. Hasta ese momento, y ante el rápido crecimiento de la cantidad de usuarios, la prioridad de Dorsey había estado en la estabilidad en el funcionamiento del servicio, dejando de lado la búsqueda de una forma de obtener ingresos.

Twitter había entrado en un fuerte ritmo de crecimiento. En 2007, se publicaban 400.000 tweets por trimestre, que pasaron a ser 100 millones sólo un año después. Según Compete.com, Twitter se movió desde el puesto número 22 en el ranking de redes sociales al tercero. La magnitud de Twitter empezó a verse en eventos mundiales. Con la Copa Mundial de Fútbol se quebró un primer record al escribirse 2.940 tweets por segundo en el partido de Japón contra Camerún, el 14 de junio de 2010. El récord actual se registró en 2011 durante la final de la Copa Mundial femenina entre Japón y Estados Unidos, cuando 7.196 tweets fueron publicados por segundo.

En abril de 2010, se abrían 300.000 cuentas de Twitter por día, y Twitter recibía 180 millones de usuarios únicos por mes. El 75% de ellos viene desde fuera de su web, Twitter.com. En septiembre de 2011 anunciaron 100 millones de usuarios registrados.

Mientras tanto, en octubre de 2010, Williams anunciaba que dejaba el cargo de CEO a Dick Costolo, el antiguo COO, director general de operaciones. A pesar de que se dijo que Williams se quedaba para enfocarse completamente en estrategia de producto, según PC Magazine, ya no estaba implicado en el día a día de la compañía. Williams se dedicó a formar una nueva startup y pasó a ser parte del consejo de administración, prometiendo ayudar en todo lo que pudiera de ahí en adelante.

Jack Dorsey volvió a la compañía en marzo de 2011 como director ejecutivo encargado del desarrollo de producto, y muchos vieron en esto una necesidad de la Twitter de volver al espíritu original en la visión de su creador.

Hasta la fecha, Twitter habría recibido unos 1.035 millones de dólares en inversión de capital de riesgo, aunque los números exactos no han sido declarados públicamente. En agosto de 2010 recibía lo que se ha llamado la mayor inversión de riesgo en la historia, 800 millones de dólares por parte de Digital Sky Tecknology, dejando la compañía valuada en 8,4 mil millones de dólares.

En julio de 2009, se conocieron documentos internos de Twitter obtenidos por un hacker denominado Hacker Croll. En ellos se proyectaban ingresos de 1,54 mil millones de dólares para fines de 2013, pero no había información sobre cómo lograr esos números. Al año siguiente, Twitter anunciaba los “Promoted Tweets”, un servicio de pago para las compañías que quisieran aparecer en los resultados de búsquedas en el sitio de Twitter. Sony Pictures, Red Bull, Best Buy y Starbucks fueron algunas de las primeras empresas que usaron el servicio, y aunque sus ingresos anuales en 2010 fueron de 45 millones, Twitter operó con pérdidas durante la mayor parte de 2010. Las previsiones en ese momento estimaban ganancias de 100 a 110 millones de dólares en 2011.

# Todo lo que sucedió en y a través de Twitter: comunicación, sociedad y política

Elías Notario | @eliasn

Marilín Gonzalo | @marilink

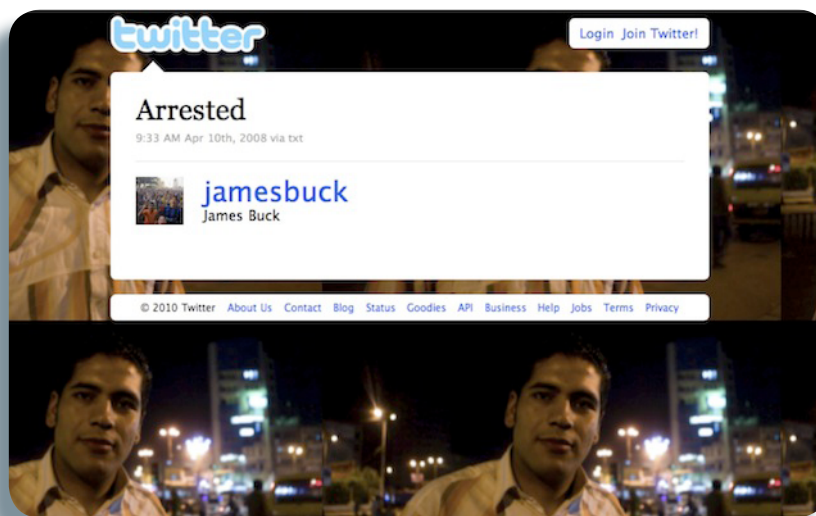
El 21 de marzo de 2006 **Jack Dorsey** dió el pistoletazo de salida al servicio de nombre **Twitter** con el **primer tweet de la historia**. En aquel momento, y durante por lo menos un año más, como suele ocurrir siempre con casi cualquier invento nuevo que se lanza en la red, nadie imaginaba que un servicio tan simple podría llegar a convertirse en la **potentísima plataforma de comunicación que es actualmente**.

Pero lo consiguió, y lo hizo gracias al pilar principal de la inmediatez sobre el que se sustenta Twitter desde el principio, a una evolución constante promovida en parte por los propios usuarios, ayudada por la simplicidad, acceso e instantaneidad de uso que supuso para distribuir información muy rápidamente en un mundo interconectado donde se convirtió en una red universal de alertas tempranas.

Veamos un resumen de los momentos más importantes de la breve pero intensa historia de Twitter ordenados cronológicamente.

- ➔ Marzo de 2006: Si hay una fecha importante en la historia de Twitter esa es el mes de marzo de 2006. Concretamente el **21 de ese mes Dorsey publicó el primer tweet** con el que Twitter, que en aquel momento se llamaba Twttr, empezó su camino. Como él mismo decía “*inviting coworkers*”, invitando a su equipo a abrir cuentas para trabajar en el proyecto.
- ➔ Octubre 2006: Pero Twitter todavía no se llamaba así y había nacido dentro de la empresa Odeo, donde empezó como un proyecto de comunicación interna, hasta octubre de 2006. En este momento Evan Williams, Jack Dorsey y Biz Stone fundaron la empresa Obvious Corporation y adquirieron Odeo, incluido Twitter.com. Recién en abril de 2007 Twitter pasaría a ser una compañía propia.

- ➔ Marzo 2007: Aunque por el mes de marzo de 2007 muchos seguían sin verle la gracia, y su tamaño no era importante, en la web ya habían llamado la atención, por lo menos del Festival South by Southwest (SXSW), que se realiza anualmente en Austin, Texas. Allí se llevaron el premio Southwest Web Award, lo que supuso el primer gran empujón para que empezaran a ser conocidos en la red.
- ➔ Abril 2008: El tiempo pasó y Twitter seguía creciendo y tomando relevancia. Concretamente el 23 de abril de 2008 **desembarcó en Japón** con su interfaz completamente traducida al japonés y la presencia de publicidad. Unos días antes de este mismo mes, el 16, el estudiante de periodismo **James Karl Buck fue detenido en Egipto** después de hacer fotos de una manifestación; acto seguido tuiteó el mensaje “arrestado” con el que alertó a amigos y autoridades que lo excarcelaron. Este fue uno de los primeros casos en los que Twitter mostraba que empezaba a tener efectos directos y prácticos en la vida real de las personas.



- ➔ Mayo 2008: Otro mes importante en la historia de Twitter. **Recibió su primera ronda de inversión fuerte, 5 millones de dólares.**
- ➔ Junio 2008: Más buenas noticias para Twitter. Jeff Bezos, fundador de Amazon, y Bijan Sabet, de Spark Capital, **entran al equipo inversor.**

- Julio 2008: En julio de 2008, Twitter dio un golpe maestro **al comprar la empresa Summize**. Sobre ella se construyó lo que le faltaba a Twitter: un sistema de búsquedas completo.
- Agosto 2008: Chris Messina inventa el *hashtag*, una etiqueta acompañada del símbolo *hash* (#) seguida de una palabra o varias concatenadas, que luego Twitter adoptaría como una función oficial, incluyendo automáticamente un enlace cada vez que se construye un hashtag. La inclusión de los *hashtag* fue importante ya que éstos permiten a los usuarios “categorizar” y seguir temas concretos.
- Septiembre 2008: **Twitter sufre el primer gran rediseño** que sentó las bases para los siguientes. De aquel aspecto al que tiene hoy ha cambiado mucho, pero en ese momento fue importante porque con él Twitter comenzó a ser lo que es hoy.



- Octubre 2008: Jack Dorsey, hasta ese momento CEO de la empresa, tomó el puesto de presidente del consejo de administración. Evan Williams lo reemplazó como CEO.

- ➔ Noviembre 2008: Los números de Twitter empiezan a meter miedo. **Alcanzan los mil millones de tweets publicados.** Los 400 mil tweet enviados por trimestre en 2007 se transformaban en 100 millones de tweets por trimestre en 2008, y la tendencia seguía subiendo.



- ➔ Enero 2009: Aunque es un poco atrevido, **lo que pasó en enero de 2009** fue para muchos el punto de inflexión en el que cientos de miles vieron una de las utilidades importantes de Twitter: informar en tiempo real de acontecimientos. En ese mes hubo un accidente de avión en el río Hudson y la primera imagen del mismo fue publicada en Twitter por el usuario Janis Krums. La instantánea dio la vuelta al mundo.

En este mismo mes **Kevin Thau entró a formar parte de la empresa** para ocuparse de todo lo relacionado con el tema negocios.

- ➔ Febrero 2009: Más dinero, mucho más dinero, mejor dicho. Reciben 35 millones de dólares de inversión.
- ➔ Abril 2009: Tres grandes momentos para Twitter se dieron en abril de 2009. Concretamente Oprah Winfrey se abrió públicamente en su programa cuenta en el servicio, siendo una de las primeras que lo hacía y trayendo una oleada de nuevos usuarios al servicio. Tanto, que dio lugar a un momento histórico en Twitter, donde durante mucho tiempo se preguntaba si estabas en Twitter antes o después de Oprah. Este acercamiento de famosos a Twitter era parte de una estrategia de la empresa para hacer más masivo el servicio.

También en abril se lanzaron los **Trending Topics** o Temas del Momento.



- ➔ Mayo 2009: Llegó el primer caso de detención por un **tweet**, que demostraba el peso que ya tenía Twitter. Se trata del **“caso Jeanfer”**, ese joven guatemalteco que escribió un mensaje en su cuenta animando a que todo el mundo sacara su dinero del banco Banrural. Al poco tiempo de publicarlo el Gobierno de Guatemala lo detuvo acusándolo de generar “pánico financiero”, a lo que le siguió una campaña masiva de protestas en Twitter pidiendo su liberación.
- ➔ Junio 2009: Otro mes muy intenso e importante para Twitter. Las protestas contra el régimen iraní explotaron y Twitter sirvió de herramienta para organizarlas. La plataforma también se llenó de avatares verdes que simbolizaban el apoyo a los manifestantes. Casi al mismo tiempo se producía un golpe de estado en Honduras y **Twitter se convirtió en la principal fuente de información** sobre el conflicto político. Cientos de personas volcaron mensajes informativos bajo los hashtags *#honduras* y *#crsishn*.
- ➔ Julio 2009: Segundo movimiento importante respecto al tema diseño: **Twitter rediseña la página de inicio**, algo que muchos pedían desde hacía mucho tiempo.



- ➔ Septiembre 2009: Reciben la ronda de inversión más importante hasta la fecha. Nada más y nada menos que **100 millones de dólares**.
- ➔ Octubre 2009: Aluvión de hechos importantes. Superaron la marca de los 5 mil millones de **tweets**, **añadieron la opción de crear listas**, Bing empezó a mostrar en sus resultados mensajes de la red social en tiempo real y Google también firmó un acuerdo con Twitter. Twitter, nacido como una herramienta para enviar mensajes conseguía ser el medio contenedor de tanta información valiosa que se había convertido en un competidor importante en materia de búsquedas incluso para el mismo Google, que rápidamente buscó llegar a un acuerdo para poder mostrar tweets en sus búsquedas.
- ➔ Noviembre 2009: **Se lanza** la versión en español para todos, lo que supuso otro empujón muy importante para el servicio.
- ➔ Diciembre 2009: Continuaba la implementación de mejoras. **Activaron nueva característica** la cual muestra un mensaje en la parte superior del sitio cuando se tiene alguna actualización en el *timeline* y también **oficializaron el retweet**.

Mientras tanto, en España, una parte importante de la población explotaba en cólera ante el conocimiento de la existencia de la Ley Sinde. Acto seguido se publicó el **Manifiesto “En defensa de los derechos fundamentales de internet”** y Twitter fue un importante canal de comunicación que ayudó a distribuirlo y brindó información sobre algo que los medios sólo cubrieron cuando el asunto ya era ampliamente conocido por los ciudadanos a través de internet.

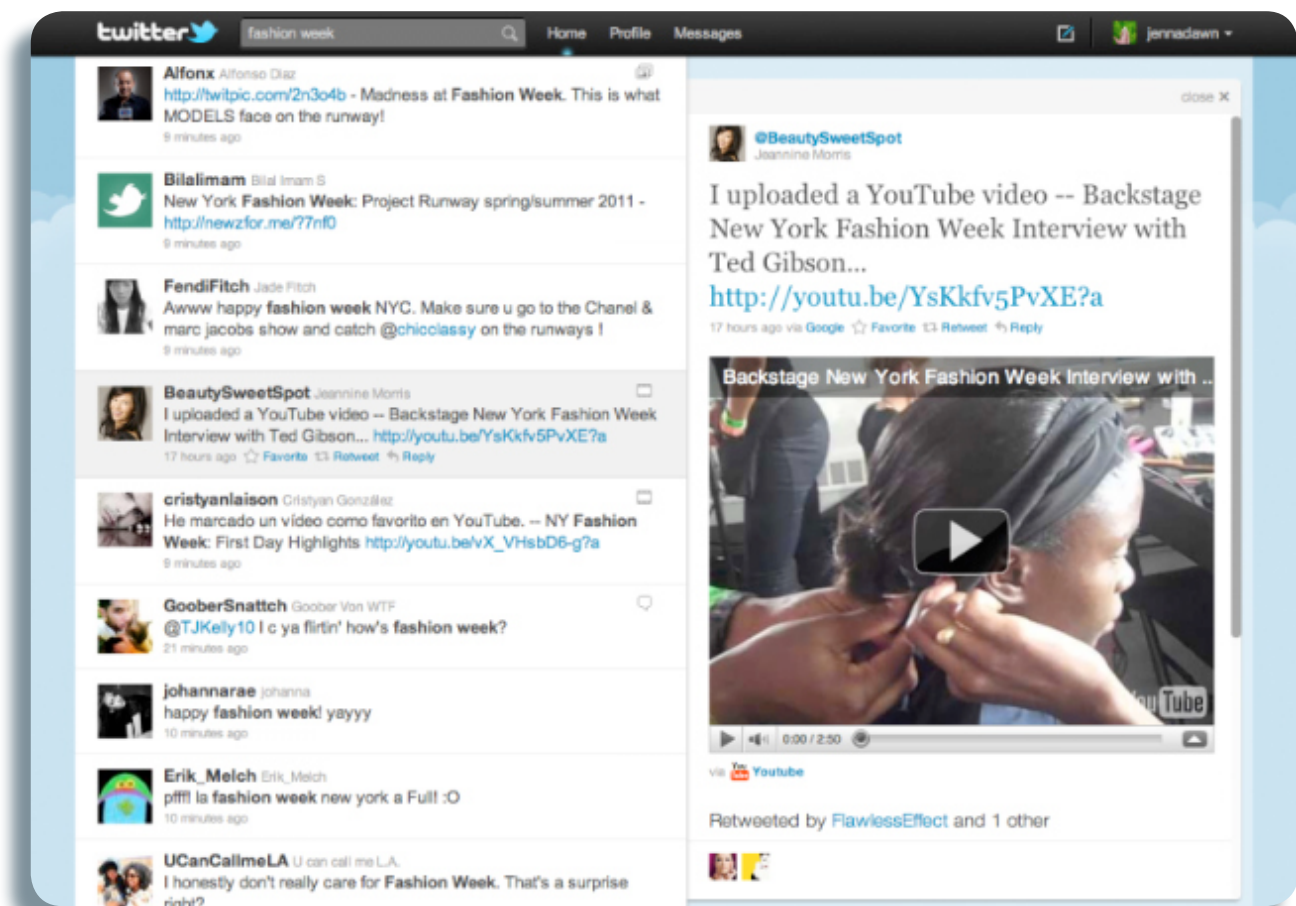
- ➔ Enero 2010: **Haití quedó arrasado** por un terremoto y Twitter sirvió para informarse y también hizo las veces de catalizador de la ayuda a los damnificados.

Días después, Twitter presentaba los esperados **Temas del Momento locales**.

- ➔ Febrero 2010: Yahoo!, siguiendo a Google y Bing, se sumaba a los buscadores que querían incluir tweets en sus resultados, y **anunció** un acuerdo con **Twitter** para mostrarlos en tiempo real.

Chile fue golpeado por un terremoto de 8.8 de magnitud en la escala Richter; como era de esperar el servicio volvió a convertirse en uno de los principales canales de comunicación y ayuda. Twitter fue el medio más instantáneo de llevar información y comunicarse para miles de personas, ya que las líneas telefónicas estuvieron cortadas y saturadas durante los primeros días.

- ➔ Abril 2010: Se **anuncian los Promoted Tweets**, primera fórmula de Twitter para hacer dinero. También **compran Tweetie**, lo hacen gratis y lo ofrecen como aplicación oficial para iPhone.
- ➔ Junio 2010: En junio de 2010 todo el mundo hablaba de la geolocalización. Twitter no se quería quedar fuera así que **lanzaron Twitter Places**.
- ➔ Julio 2010: Tiene lugar la Copa del Mundo de Fútbol y cientos de miles de personas lo vivieron también en Twitter. El evento representó el periodo más largo de actividad sostenida por un evento durante la historia de Twitter. Durante los partidos los TPS (**tweets per second**) fueron mucho más altos que la media. Durante la final se llegaron a emitir 3,051 *tweets* por segundo (durante el gol de España de los últimos 15 minutos), mientras que el promedio de ese tiempo fueron 2000 TPS. Este mes la plataforma superó los **20 mil millones de tweets** y supimos que las búsquedas de Twitter estaban creciendo a un impresionante 33%.
- ➔ Agosto 2010: Twitter **lanza botón oficial** para webs y blogs, lo que al poco tiempo se convierte en algo habitual en la red.
- ➔ Septiembre 2010: En septiembre de 2010 **presentaron el rediseño más importante** con opciones para ver vídeos, fotos y otros detalles sin salir de la web principal. También en este mes llegaron a los 145 millones de usuarios.



- Octubre 2010: A los **Promoted Tweets** se suman las **Promoted Accounts**, segunda fórmula para ganar dinero que probaba Twitter.

También en este mes Evan Williams anuncia su partida como CEO (director ejecutivo) y Dick Costolo, antiguo COO (director general de operaciones) toma su puesto.

- Enero 2011: El pueblo egipcio y tunecino se levantan contra sus dirigentes y Twitter, como ocurrió en Irán, formó parte importante en la organización de las revueltas. Tanto que **Egipto lo bloqueó**. Durante este mes y los siguientes se empezó a hablar de Twitter como elemento fundamental en la difusión y comunicación en los cambios políticos y sociales que estaban estallando en mu-

chos lugares del mundo. La publicación de informes diplomáticos secretos por parte de WikiLeaks habían hecho que se conozcan informaciones relativas a los procedimientos e intenciones de gobiernos de todo el mundo, esto se sumaba a la explosión de protestas masivas en países de Oriente Medio. Twitter mostró que era insustituible como herramienta que conectaba fácilmente a los ciudadanos, tanto local como globalmente, ayudando a que las protestas de cualquier región se conocieran al momento en prácticamente todo el mundo.

- ➔ Marzo 2011: Otro terremoto destroza una parte importante de Japón. Nuevamente **muchos utilizaron Twitter** para informarse y ayudar a la población.

Además se produjeron dos movimientos internos relevantes: por un lado decidieron frenar el desarrollo de nuevas aplicaciones para la plataforma con el objetivo de controlar mucho más la experiencia de usuario, y por el otro Jack Dorsey regresó como CEO enfocado en el desarrollo de producto.

- ➔ Abril 2011: Después de bastante tiempo con la misma, Twitter remodeló por completo su página de inicio para centrarla en los intereses, también implementaron una nueva sección de anuncios de texto.
- ➔ Mayo 2011: Este mes fue muy movido. En España explotó la protesta popular #spanishrevolution, que evolucionó en el movimiento ciudadano #15M, y Twitter volvió a convertirse en la herramienta principal de información e impulso.

Murió Bin Laden y ¿dónde se dio primero la noticia? Sí, en Twitter. Fue además una de las noticias más retuiteadas en la historia.

También este mes, Twitter compró TweetDeck, uno de los clientes más populares, por 28 millones de euros.

- ➔ Junio 2010: Aluvión de novedades como integración con Firefox, mejoras en el buscador, sistema propio para compartir imágenes así como también acortador de enlaces propio y se anunció la llegada de la publicidad al timeline a tra-

vés de los *Promoted Tweets*. También informaron que el servicio había alcanzado los 200 millones de *tweets* al día.

- ➔ Julio 2011: Se hace público otro número importante, la existencia de un millón de aplicaciones relacionadas con Twitter.
- ➔ Agosto 2011: En cuanto a novedades, presentan dos relevantes; nueva versión web específica para iPad creada en HTML5 y añaden la pestañas *Actividad* y *Usuario*.

Mientras tanto, se producen fuertes disturbios en Londres ante los recortes económicos del Gobierno del Reino Unido, los cuales se organizan en su mayor parte a través de Twitter.

- ➔ Septiembre 2011: Anuncian 100 millones de usuarios y un sistema de estadísticas propio y de pago.
- ➔ Octubre 2011: En el marco del evento Web 2.0 Summit dan otro recital de números destacando especialmente la valoración de 5.800 millones de euros.

A estas alturas definir a Twitter como una herramienta simple para mandar mensajes en red es simplista y nadie es ajeno al fenómeno mundial en el que se convirtió. Twitter es la primera red global de mensajes instantáneos descentralizada, donde todos los individuos tienen la misma oportunidad de publicar su mensaje, y por lo mismo, se ha transformado en una plataforma de comunicación hasta el momento irremplazable para tener la primera alerta de lo que ocurre en cualquier lugar del mundo donde haya señal de internet. Su instantaneidad, su simplicidad y la defensa de los derechos de los usuarios por parte de la empresa han hecho que sea un elemento muy importante en la difusión y organización de movimientos sociales y políticos a lo largo de los últimos años.

# Los números de Twitter

Marilín Gonzalo | @marilink

## 5

Las personas que comenzaron a trabajar en la idea original de Twitter: Jack Dorsey y Florian Weber programando, Noah Glass a cargo del proyecto, Biz Stone diseñando y todos bajo dirección de Evan Williams.

## 12

La ID del primer usuario de Twitter, una vez que se hubieron borrado los primeros 11 que eran de prueba: corresponde a Jack Dorsey.

## 5 millones

La cantidad no confirmada de dólares en inversión que recibió Twitter en su primera ronda.

## 400.000

Tweets publicados por trimestre en 2007.

## 100 millones

Tweets publicados por trimestre un año después, en 2008.

## 100.000

Tweets por hora con las palabras "Michael Jackson", el día que murió el músico, 25 de junio de 2009.

## 7.196

El récord de tweets publicados en un segundo, registrado en 2011 durante la final de la Copa Mundial femenina entre Japón y Estados Unidos.

## **3 años, 2 meses y un día**

El tiempo que pasó entre el primer tweet y el tweet número mil millones.

## **1 semana**

El tiempo que pasa para que los usuarios manden mil millones de tweets.

## **460.000**

Promedio de cuentas de Twitter que se abrieron en un día en febrero de 2010.

## **182%**

Aumento en el número de usuarios móviles durante 2010.

## **180 millones**

Usuarios únicos por mes.

## **100 millones**

Usuarios registrados en Twitter hasta septiembre de 2011.

## **75%**

Cantidad de usuarios que usan Twitter desde fuera de la web.

## **8**

Cantidad de empleados de Twitter en enero de 2008.

## **400**

Cantidad de empleados de Twitter en marzo de 2011.



## **800 millones**

Dólares recibidos en la última ronda de inversión, por parte de Digital Sky Technology.

## **1,54 mil millones**

De dólares en ingresos previstos para fines de 2013, según los documentos internos robados por Hacker Croll.

## **8,4 mil millones**

Dólares en los que se estima la valuación de Twitter.

# Qué es Twitter y cómo usarlo

# Cómo usar Twitter y por qué

Carlos Rebato | @carlosrebato

Una de las principales preguntas que surgen cuando todavía no se es usuario de Twitter precisamente es ¿y esto a mí para que me sirve? ¿Qué me puede aportar? Es, en realidad, una duda que seguramente tenga la mayoría antes de rellenar el primer hueco de la casilla de registro. Porque precisamente una de las cosas más maravillosas de Twitter es que puede usarse para prácticamente casi todo.

Algunos lo usamos para estar en contacto con gente que conocemos y compartir con ellos a diario y de manera inmediata distintos tipos de información, también sirve para estar al tanto de lo que se va publicando en diversos blogs, para seguir cuentas oficiales gubernamentales, de periódicos, estados o estado del servicio de diversas aplicaciones... los usos son técnicamente infinitos.

Sin embargo, debido a que más adelante le dedicaremos algún párrafo más en profundidad a los diversos usos que podemos darle a Twitter vamos a comenzar enfocándonos acerca de cómo usar Twitter. Realmente, y aunque hay quien afirma o pretende afirmar lo contrario, no hay una manera única y establecida de usarlo, es parte de su tremenda diversidad. Lo mejor es plantearse que tenemos una serie infinita de pequeños micromensajes de no más de 140 caracteres en los que podemos volcar cualquier tipo de contenido.

Puede servir para poner todo lo que se nos pasa por la cabeza, así lo usan la mayoría de las personas con resultados muy variados. Puede servir para dar a conocer cierta información que nos parece interesante: basta con copiar el enlace, acompañarlo de una breve descripción y compartirlo con nuestros seguidores. Puede servir para cualquier propósito, los límites de Twitter nunca han estado, están ni estarán completamente definidos, de hecho, todavía muy frecuentemente surgen nuevas aplicaciones que le encuentran nuevas utilidades a pesar de que ya hace 5 años que se puso en marcha el servicio.

La manera en la que hay que entenderlo es como un flujo constante de información. En Twitter la información fluye y lo hace en tiempo real. En la parte inferior de la barra lateral de la página pueden verse los Trending Topics, que hacen referencia directa a los términos, palabras, *hashtags* e ideas de las que más se está hablando en un determinado momento. Nótese que por defecto está establecido a nivel mundial, pero desde hace un tiempo se incluye la posibilidad de limitarlo sólo a una determinada área geográfica, así se puede conocer los temas más candentes de ese instante en un país o ciudad.

Si todavía no somos usuarios de Twitter, después de completar el formulario de registro hay algunas cosas importantes que es debemos tener en cuenta. En primer lugar, añadir una foto, preferiblemente real y actualizada, así como escribir una pequeña bio para darnos a conocer y definir nuestra ubicación (de manera general) si queremos. Debido a ese carácter inmediato y a que son pequeños mensajes de no más de 140 caracteres la información que se comparte va muy unida, desde un punto de vista psicológico y de usabilidad, a la persona que lo ha hecho, al usuario que lo tuitea. Es importante, por tanto, escoger su avatar y su bio con cuidado, van a convertirse no sólo en la seña de identidad de la persona que lo escribe, sino de todos los *tweets* que se hagan con esa cuenta. Cuando se empieza a seguir a varias personas y empezamos a asociar ciertos contenidos, maneras de expresarse... con cada una de ellas, se entiende un poco más a que me refiero.

En cuanto a los usos, lo mejor que se puede hacer para ir cogiendo una idea es empezar a seguir a un buen grupo de cuentas. Por defecto el sistema nos recomienda unas cuantas, sobre todo en base a las 10 que nos obliga a escoger al principio, pero también tiene en cuenta otros parámetros. Aunque hablamos de ello en otro artículo, hay que tener presentes que las personas que escogemos para seguir son en definitiva las que van a componer nuestro timeline y las que van a determinar nuestra experiencia con la red social, así que es importante también escogerlas con cuidado.

Conforme veamos cómo lo usan los demás y también en parte por mera intuición iremos viendo cómo el qué poner en una cuenta de Twitter es, de hecho, una preocupación realmente absurda y es probable que gire más hacia el hecho de que no sepamos qué no poner.

Así que sí, es vital escoger bien a quien seguimos y a quien no (si nos equivocamos es tan fácil, eso sí, como dejar de seguir a alguien). Es mejor no obsesionarse con el número de seguidores, que no de dejar de ser eso, un número, y enfocarse no sólo en el número de seguidos, sino en la calidad de los mismos.

Puede darse el caso de que queramos estar al tanto de la información que se publica en ciertas cuentas pero no lo suficiente como para que nos aparezcan sus actualizaciones todo el rato en nuestro preciado timeline. Para suplir esa necesidad están las listas. Agregando cuentas de Twitter a listas que creamos, cuentas que no tenemos por qué seguir, podemos agruparlas según diferentes criterios, por ejemplo por temática.

Un ejemplo clásico son las cuentas de los periódicos, aunque no hay nada malo en seguirlas, frecuentemente publican una cantidad de enlaces que para muchos puede resultar excesiva. Arreglar este pequeño problema es tan sencillo como crear una lista llamada por ejemplo 'Noticias' y agregar ahí las cuentas. No las estaremos siguiendo, pero de igual forma nos aparecerá toda la información a mano y de manera ordenada.

Lo más divertido es que a pesar de todo esto usar Twitter no tiene nada de complicado. Al contrario, una vez aprendidos los pasos más básicos, que además llegan intuitivamente, las posibilidades, los límites y la calidad de nuestra cuenta la ponemos nosotros mismos. Es cuestión de coger una herramienta y hacer lo mejor que se puede hacer para aprender a manejarla: utilizarla, tuitear, el resto viene solo.

# Consejos para elegir tu nombre de usuario en Twitter

Inti Acevedo | @inti

En la mayoría de las herramientas de Internet, seleccionar un buen nombre de usuario, no es algo exageradamente importante más allá del sentido común. Tenemos un margen de maniobra relativamente grande, podemos agregar números a nuestro nombre, o usar nombre y apellido. La creatividad siempre ayuda un poco. Pero no hay una limitación real, y a menos que seamos verdaderamente estúpidos, crearemos un nombre de usuario que nos represente virtualmente.

En Twitter existe una gran limitante, los 140 caracteres máximos que se pueden usar para escribir un mensaje. Si nuestro nombre de usuario es muy largo, tendremos problemas importantes, o se los crearemos a otros. Es fundamental en Twitter tener un nombre corto, mientras menos mejor.

## Algunos consejos básicos:

- ➔ Intenta crear un nombre de usuario en Twitter que no pase de 8 caracteres.
- ➔ Prueba con tu nombre, nombre y apellido y combinaciones.
- ➔ Intenta, dentro de lo posible, no usar números o ramitas, de no tener otra opción prefiere el uso del guión bajo @Coci\_nero
- ➔ Agrega una palabra que te defina, sea profesión, país, hobbies, etc.
- ➔ Recuerda que tu nombre de usuario te representa virtualmente, si usas adjetivos, su significado será parte importante de la forma como las personas te verán.
- ➔ No uses palabras denigrantes

- ➔ Date prisa. Cada día que pasas fuera de una red social, más difícil lo tendrás a la hora de poder usar el nombre de usuario que quieras.
- ➔ No es lo mismo un nombre de usuario para correo electrónico que para Twitter. En Twitter es un elemento público, el correo electrónico es generalmente privado.
- ➔ Mantenlo simple. Nicks muy complejos son difíciles de recordar. Si tu nombre es fácil, más personas te escribirán o contestarán.
- ➔ Usa el sentido común.

Siguiendo estos simples consejos podrás elegir un buen nombre de Twitter, y así tendrás una mejor opción de generar un primer impacto positivo a la hora que las personas te conozcan en las redes sociales e intercambien información y amistad contigo.

# La importancia de las personas que componen tu timeline

Carlos Rebato | @carlosrebato

Suele haber una preocupación ridícula entre los que usamos Twitter acerca del número de seguidores que tenemos o que tiene una cuenta en concreto. Resulta curioso porque precisamente lo más importante detrás de una cuenta de Twitter no es precisamente un número, el de seguidores, sino el valor que te aportan los “seguidos”.

Porque un número alto de seguidores no indica, o no suele hacerlo, que la cuenta en cuestión sea una cuenta de calidad. Por poner un ejemplo fácil, la cuenta de Justin Bieber tiene millones de ellos y no porque sea particularmente interesante o porque lo que ponga sea una maravilla, sino por motivos completamente distintos. Así que como usuarios de Twitter en lo que deberíamos preocuparnos realmente es en el peso que tiene la decisión de seguir a alguien y lo que puede aportarnos.

Por supuesto, esto es algo totalmente reversible, podemos empezar a seguir a un usuario y caer en la cuenta de que no es exactamente lo que imaginábamos, tan sencillo como darle a ‘Dejar de seguir’ y olvidarse del tema. Sin embargo, cuando empezamos a seguir a alguien normalmente suele ser porque hay un interés compartido detrás, un beneficio por nuestra parte (como información acerca de un determinado tema) o simplemente porque nos parece interesante en general, así que suele ser más frecuente que acertemos al darle a seguir a alguien que nos equivocamos.

Hay un fuerte debate también en torno al número de personas que es aconsejable seguir. Aunque hay un límite impuesto por el servicio, lo que hay que tener muy claro es que en Twitter apenas hay normas, y mucho menos reglas obligatorias, así que podemos seguir absolutamente a quien nos caiga en gana, sin importar el número de personas a las que ya sigamos y centrándonos más bien en si es interesante o no.



Sin embargo, en la práctica, si queremos hacer un uso normal de la red social uno acaba encontrando que seguir a cantidades de 1000, 2000 o incluso más personas acaba siendo totalmente inusable (muchas de estas cuentas en realidad lo que hacen es usar listas para seguir realmente a quienes quieren hacerlo), por lo que una buena sugerencia es limitarlo a entre 300 y 500 (como mucho) y ser conscientes de que para un uso normal es más que suficiente. No es que no pueda ocurrir, pero es poco probable tener un interés auténtico y sincero en tantas cuentas al mismo tiempo. En este caso, puede ser útil plantearse las listas como una manera de quitarse seguidos de la cuenta principal.

La importancia de las personas que componen nuestro timeline es algo que está muy relacionado también con el uso que queramos darle a nuestra cuenta de Twitter. Si queremos usarla, por ejemplo, para mantenernos continuamente informados, además de seguir a medios especializados en el tema que nos interesa, como blogs de tecnología, revistas de ciencia... suele ser más útil y sobre todo más ameno seguir a personas especializadas en esa materia, desde bloggers, a editores de la revista o simplemente apasionados en ella.

Una de las grandes características de Twitter, y una en la que menos se suele caer en la cuenta, es que ofrece una experiencia de usuario diversa y, por encima de todo, muy adaptada a las necesidades de cada uno. Es decir, que la manera en la que lo usamos y lo percibimos depende, en gran modo, de las personas que aparecen en nuestro timeline y la manera de interactuar con ellas, de ahí su importancia.

Twitter no debe entenderse como una red social donde sólo hay que leer, principalmente lo que ponen otros sino también evidentemente donde hay que aportar y sobre todo donde hay que interactuar. Twitter es interacción pura y dura, entre usuarios en forma de respuestas o de retweets, de manera colaborativa con hashtags o compartiendo opiniones sobre un mismo tema.

Escoger bien a alguien para seguir es algo que roza la intuición, tiene un poco de impulsivo y sobre todo y por encima de ello es completamente reversible, si seguimos a alguien que al final no nos interesaba es tan sencillo como dejar de seguirlo, no tiene que haber ninguna presión en ello. Para tener un timeline enriquecido

y bueno lo mejor es empezar a seguir con las que se comparten los mismos intereses, suele ser un criterio que rara vez falla.

De la misma manera en la que Twitter se acaba convirtiendo en un reflejo de nuestra personalidad, o de la que queremos proyectar, seguir y relacionarse con *replies* con gente similar es uno de los mejores consejos para tener un timeline enriquecido y que dé gusto leer.

# Cómo conseguir más seguidores y retweets en Twitter

Elías Notario

Si hay dos preguntas recurrentes en relación a Twitter esas son sin duda las de cómo conseguir más seguidores (o *followers*) y *retweets*, que se puede definir como lo que hacen los usuarios cuando publican en sus cuentas mensajes emitidos por otros usuarios manteniendo la autoría. Tiene lógica ya que en un sitio como este basado en la socialización a través de la publicación de contenidos, las personas tienden de forma natural a querer que sus mensajes (o *tweets*) lleguen a una mayor audiencia.

Existen multitud de técnicas y consejos para lograr tanto una cosa como la otra, nosotros por experiencia les recomendamos lo siguiente:

## Consejos para aumentar seguidores

- ➔ Perfil completo: en Twitter a la gente le gusta saber a quién está leyendo por lo que es imprescindible contar con un perfil completo. Rellena todos los datos del mismo, pon una imagen que te identifique y escribe una *bio* que explique un poco de ti junto a URL que lleve a tu blog, web o Facebook.
- ➔ Actualizar e interactuar: también es imprescindible publicar contenidos con cierta regularidad (sin pasarse) así como interactuar con el resto de la comunidad por ejemplo entrando en debates, *retuiteando tuits* de otros usuarios o resolviendo dudas.
- ➔ Publicitar la cuenta: muy recomendable enlazar el perfil de Twitter en todos los sitios posibles. Por ejemplo en la firma del email, Facebook, LinkedIn, Tumblr o cualquier otro servicio de la red.
- ➔ Evitar el *autobombo* excesivo: a ningún usuario le va a molestar que otros publiquen cosas relacionadas directamente con ellos, pero la cosa cambia si la ma-

yoría de *tweets* publicados por determinada persona en su cuenta son de *autobombo*, es decir pura promoción exagerada.

- ➔ **Publicar *valor*:** en la medida de lo posible hay que tender a que la actividad en Twitter sea de valor para quienes siguen publicando contenidos que les interesen. *Valor* puede ser desde publicar acerca de nuestros intereses, consejos útiles, hasta cosas cotidianas pasando por opiniones sobre determinado tema. Depende en gran medida del tipo de audiencia.
- ➔ **No saturar:** de lo más importante. No solamente es vital evitar el *autobombo* constante o el exceso de actualizaciones diarias, también otras prácticas como publicar automáticamente todas las fotos subidas a Flickr, canciones escuchadas en Spotify o localizaciones visitadas y marcadas en Foursquare.
- ➔ **Convertirse en referente:** Cualquier usuario de Twitter puede convertirse en referente para el resto. Lograrlo es relativamente simple, hay que publicar-opinar-analizar temas en los que se tengan amplios conocimientos por la razón que sea. Por ejemplo si a determinado usuario le apasionan las series, fácilmente podría convertirse en un referente para el resto de personas del ecosistema que también son apasionados de las series.
- ➔ **Cuidar la reputación:** hacer las cosas bien no cuesta nada. Intentar engañar, ser poco claro y prácticas similares se traducirá en el deterioro de la reputación y eso a su vez en la pérdida de seguidores.
- ➔ **Evitar las fórmulas mágicas:** todo lleva su tiempo, también crecer en seguidores en Twitter, y ninguna de las técnicas existentes para lograr más *followers* rápidamente es realmente eficaz. Todo lo contrario, aplicar las técnicas para crecer rápido suele traducirse en pérdida de seguidores, o sí se ganarán pero se estará construyendo una comunidad sin ningún tipo de valor (en Twitter más no es sinónimo de mejor la mayoría de las veces).

## Consejos para aumentar *retweets*

- ➔ Publicar cosas interesantes: casi diríamos que es el principal y único consejo: publica cosas que sean interesantes para tu audiencia.
- ➔ Enlazar: o el segundo punto más importante junto a lo anterior; publicar mensajes con enlaces que lleven a información interesante para quienes siguen acompañados por breve texto que los contextualice u opinión que aumente su valor.
- ➔ *Retuitear para ser retuiteado*: aunque a nivel seguidores manda la *no reciprocidad*, en el caso concreto de los *retweets* es recomendable aplicarla ya que si nunca se retuitea nada ante la comunidad se quedará como alguien poco interesado en socializar y Twitter es acerca de las personas.
- ➔ Escribir breve: Twitter no permite utilizar más de 140 caracteres en los *tweets* por lo que cuanto más concisos sean los mensajes mejor ya que quedará mayor espacio para que otros usuarios añadan comentarios propios a la hora de retuitearlos (son muchos los que usan la fórmula de *RT @usuario mensaje del usuario* y es muy habitual también que el que retuitea quiera añadir algo propio al mismo).

# Las cinco etapas de la aceptación de Twitter

Marilín Gonzalo | @marilink

En el campo de las nuevas tecnologías es normal que aparezcan ideas o servicios nuevos, que captan la atención de todo el mundo hasta que otra nueva red o servicio viene a suplirlo. Pero evidentemente Twitter, que en algún momento de 2008 fue definido por muchos como una moda pasajera, logró quedarse y convertirse en una herramienta casi imprescindible para cualquier persona que se informe y comunique a través de internet.

Hay algo paradójico en Twitter: su uso es muy simple, pero explicar Twitter a alguien que no lo usa es terriblemente complicado. Al ser una nueva forma de comunicación, con nuevos códigos, quien lo use no puede pensar en equiparlo a lo anterior. Es como explicarle el teléfono a alguien de la Edad Media.

Y también es curioso que todos o casi todos hemos pasado un cierto proceso de aprendizaje al enfrentarnos a Twitter. Roshit Bhargava analizó esto y describió las cinco etapas de la aceptación de este servicio de una manera muy gráfica:

1. Negación: “Twitter me parece algo estúpido. A quién le importa lo que otra gente esté haciendo ahora mismo?”
2. Presencia: “Ok, no entiendo por qué la gente lo adora, pero al menos me abrí una cuenta.”
3. Vertedero: “Estoy en Twitter y lo uso para poner enlaces a mi blog y mostrar a la gente mis notas de prensa”.
4. Conversación: “No posteo siempre material útil, pero uso Twitter para mantener auténticas conversaciones 1×1.”

5. Microblogging: “Estoy usando Twitter para publicar información útil que la gente lee y también converso con ellos 1×1 auténticamente”.

Un extraño proceso de conversión, de escépticos a usuarios fieles y entusiastas, que muchos hemos vivido, algunos saltando una o más etapas, y en el que la mayoría seguramente se reconocerá.

# Cómo aumentar las visitas a tu web desde Twitter y medirlas de manera efectiva

Eduardo Arcos | @earcos

No es ningún secreto: las plataformas sociales están convirtiéndose en una nueva y fuerte fuente de tráfico, ya sea por el *engagement* que generan en los usuarios y el aspecto de recomendación (reemplazando a “buscar y encontrar”) hacen que las webs con presencia social experimenten un aumento en el número de visitantes diarios.

Una de estas plataformas sociales es, por supuesto, Twitter, y nada mejor que aprovechar el aspecto del tiempo real que tiene para aumentar y potenciar las visitas a tu sitio web. Explicaremos aquí qué hacer no solo para lograrlo, también para potenciarlo, para medir de dónde vienen, cuáles son los contenidos que más interés generan y cuántas visitas obtienes por medio de esta fuente.

## Pasos Básicos

Lo más probable es que tu web tenga un feed RSS y que gran cantidad de personas que te visitan no tienen idea qué es eso, o no tienen interés en suscribirse o simplemente no conocen las ventajas de usar servicios como Google Reader, pero a diario usan Twitter para interactuar con otras personas, entonces, ¿qué mejor que llevar las actualizaciones de tu sitio ellos?

1. Identifica tu feed RSS
2. Si aún no lo tienes, crea la cuenta de Twitter de tu sitio web (es importante que sea separado de tu perfil personal, permite a tus seguidores que elijan qué leer, a la persona o al sitio).
3. Crea una cuenta en un servicio que publique de forma automática tu feed a una cuenta de Twitter. Hay algunos conocidos como Twitterfeed, pero nosotros usamos y recomendamos dlvr.it.



¿Por qué un feed RSS? Porque es la mejor forma de obtener las actualizaciones de tu sitio (un blog, o la sección de noticias por ejemplo) de forma automática y que representan “actualidad” para tus posibles visitantes. Eso simplifica las cosas, pero no debe ser todo.

## Promoción

Ya tienes creada la cuenta, ya se están publicando títulos de los artículos con sus respectivos enlaces de forma automática, ahora promociónalo:

- ➔ Incluye un enlace a la cuenta de Twitter en el sitio, de la forma más prominente posible
- ➔ Explica a tus lectores por qué les conviene seguirte desde Twitter, menciona las ventajas de recibir actualizaciones en tiempo real, de que serán los primeros en enterarse de nuevos contenidos
- ➔ Menciona y enlaza a la nueva cuenta desde tu Twitter personal, coméntale a tus lectores que tal vez pueden estar interesados en lo que se publica en tu web.
- ➔ Crea listas donde incluyas tu sitio con otros relacionados, o que publiquen contenido relacionado. Si creaste el Twitter de tu empresa, júntalo con otras empresas relacionadas (sí, de tu competencia, ¿qué diferente se hacen las cosas ahora, no?) pero por favor hazlo con responsabilidad, no te conviertas en un spammer.
- ➔ Sigue nuestros consejos para obtener más seguidores (followers) en Twitter, dos artículos atrás en este mismo libro.

## Entabla relaciones entre los seguidores y el sitio.

En inglés le llaman *engagement* y la mejor forma de traducirlo es “crear una relación y mantenerla”. No sirve de mucho si una cuenta de Twitter escupe actualiza-

ciones; créeme, las personas no van a llegar solas solo porque “estás ahí” y nadie va a seguir a algo que parece un robot.

Entabla una relación, lee y responde los replies que hacen. Si se habla de algún problema que tuvieron en tu blog o con tu empresa (si el Twitter que creaste representa a tu empresa), por favor respóndeles desde ahí y hazles entender que hay humanos atrás.

Complementa las actualizaciones periódicas / automáticas con interacción manual, no sólo enlaces a cosas propias, inclusive enlaza a cosas que te llamen la atención y tengan relación. Evita las opiniones personales (para eso crea tu Twitter personal) y céntrate en lo que a tus seguidores les interese.

Si tu contenido es bueno, interesante y tienes buen trato con tus seguidores, empezarás a ser recomendado. Por ejemplo, la cuenta de ALT1040 (al momento de escribir esto) tiene 99.720 seguidores. Al ser recomendado y muy seguido, tendrás un flujo importante de visitas desde Twitter hacia tu web.

## **Midiendo las visitas y el impacto de la participación de tu web en Twitter**

La mejor forma de medir visitas que vienen desde Twitter es usando Google Analytics y agregando tags a los enlaces que se generen desde el servicio que uses para publicar automáticamente contenido en la cuenta (valga la redundancia) de Twitter.

Por ejemplo, dlvr.it, el servicio que usamos, los agrega automáticamente, pero otros servicios tipo TwitterFeed y/o plugins para WordPress (y otros administradores de contenido) también tienen la opción para insertarlo. Luego, desde Google Analytics, podrás ver los números de acceso desde las “campañas” que hayas creado usando tags de URL entrando (en el menú) a Fuentes de Tráfico y después Campañas.

Para medir el impacto que un URL único y específico ha tenido en Twitter, puedes usar estas herramientas / servicios:

Topsy: simplemente escribe la dirección de tu sitio web y te mostrará los enlaces más populares, con el número de personas que lo enlazaron desde Twitter y cuántos hicieron ReTweet.

Descarga una aplicación como Seesmic o Tweetdeck y crea una columna de búsqueda que muestre todos los resultados relacionados al usuario de Twitter de tu web y la dirección. Por ejemplo, para ALT1040 es: @alt1040 OR alt1040.com. Eso te mostrará no solo las personas que te mencionan en twitter, también quienes enlazan y quienes te hacen RT, en tiempo real.

¿Para qué medir los posts más populares? así entenderás cuál es el contenido que más le interesa a tu audiencia. No es lo mismo saber cuáles son los contenidos que mejor rankean en un buscador que los más recomendados en una red o plataforma social. Lo primero es bastante automatizado, lo segundo es mucho más orgánico y humano.

## **El contenido es el rey**

No hay método en este mundo que haga que tu sitio sea popular si el contenido no es bueno. Puedes leer diez mil guías prácticas para aumentar tus visitas desde redes sociales, desde buscadores o usando publicidad, pero si tus lectores no se interesan por lo que les ofreces, esas visitas no tienen valor alguno.

Esta es tan sólo una ayuda para hacerle más fácil a las personas que te encuentren en Twitter o que descubran y sigan tu contenido de forma más fácil, ahora el paso más difícil es generar dicho contenido, que sea de calidad y que sea interesante.

# Cómo buscar información en Twitter

Elias Notario | @eliasn

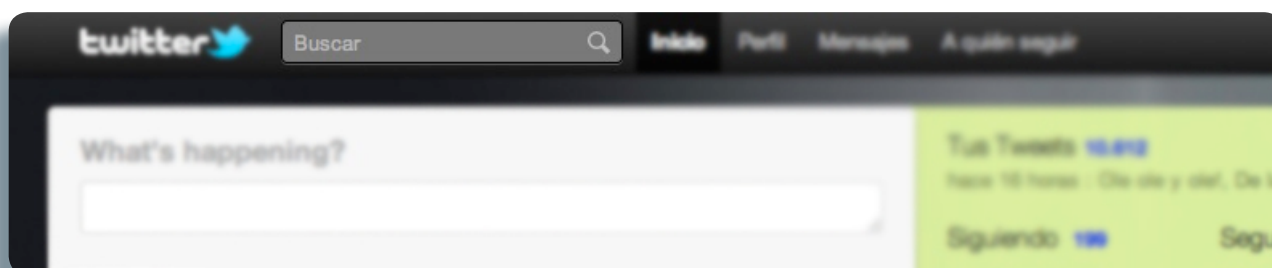
Twitter es una plataforma poderosa por varias razones destacando una sobre el resto: la cantidad ingente de información que circula por ella. El flujo de publicaciones (también conocidas como mensajes o *tweets*) es tal que con unas mínimas nociones de búsqueda **se puede obtener información muy valiosa para diversos fines**; por ejemplo dar con opiniones sobre algún producto o *ver* lo que se está diciendo sobre determinado tema. ¿Cómo buscar en Twitter entonces?

Durante bastante tiempo el servicio no contó con motor de búsquedas propio, hasta que en 2008 compró Summize y utilizó su tecnología para implementar un sistema de búsquedas disponible en la actualidad mediante la dirección <http://twitter.com/search> o en la barra superior de opciones de las cuentas de usuario.

Mira lo que sucede **en este momento**

Sugerencia: utiliza operadores para la búsqueda avanzada.

Temas del momento: España · [cambiar](#) : Black Friday  Promocionado



Tanto en un caso como en el otro, para buscar información sólo es necesario introducir el término o términos a buscar y pulsar la tecla intro del teclado. La acción

devolverá página de resultados con los últimos *tweets* “Más relevantes”, pudiendo elegir que se muestren “Todos” o “Con enlaces” marcando alguna de esas dos opciones en el desplegable situado en la esquina izquierda de la misma página. Pero esto solamente es el principio, lo que se denominan *búsquedas básicas*, útiles sin duda aunque menos potentes que las *búsquedas avanzadas* gracias a las que se pueden *ajustar* al milímetro los resultados a las necesidades de cada uno.



Para realizar búsquedas avanzadas, lo primero es dirigirse a la página de Twitter dedicada a ello mediante la dirección <http://search.twitter.com/advanced> o picando en el enlace “la búsqueda avanzada” que aparece en la **web principal de búsquedas** citada anteriormente. Una vez dentro, en base a los resultados que se quieran obtener, habrá que rellenar unos u otros apartados.

Concretamente la web de Búsqueda Avanzada está dividida en cuatro bloques y dentro de cada uno hay diferentes opciones.

## Bloque Palabras

A screenshot of the "Palabras" (Words) section in Twitter's advanced search interface. It contains several input fields and a dropdown menu. The options are: "Todas estas palabras" (All these words), "Esta frase exacta" (This exact phrase), "Cualquiera de estas palabras" (Any of these words), "Ninguna de estas palabras" (None of these words), "Estas #etiquetas" (These hashtags), and "Escrito en" (Written in) with a dropdown menu currently set to "Cualquier Idioma" (Any language).

### Como se ve en la imagen en este apartado aparecen seis opciones:

- ➔ Todas estas palabras: sirve para buscar mensajes que contengan la palabra / todas las palabras indicadas. Por ejemplo “*avión iberia*”.
- ➔ Esta frase exacta: para buscar determina frase concreta. Por ejemplo “*buenos días twitters*”.
- ➔ Cualquiera de estas palabras: bastante similar a la primera opción solo que en este caso en los resultados aparecerán todos los mensajes que contengan alguna o varias de las palabras introducidas.
- ➔ Ninguna de estas palabras: las publicaciones que contengan cualquiera de las palabras indicadas en este apartado serán obviadas.
- ➔ Estas #etiquetas: muy útil. Permite buscar mensajes que contengan cualquiera de las etiquetas que se indiquen.
- ➔ Escrito en: mediante esta opción se pueden limitar los resultados de búsqueda por los idiomas que soporta Twitter.

## Bloque Personas



**Personas**

Desde estas cuentas

Para estas cuentas

Mencionando estas cuentas

- ➔ Desde estas cuentas: para buscar todos los *tweets* publicados por determinado usuario / usuarios.
- ➔ Para estas cuentas: devuelve todos los mensajes que se encuentren dirigidos a el usuario / usuarios concretos que se introduzcan en el cajón de búsquedas.
- ➔ Mencionando estas cuentas: igual que lo anterior con la diferencia de que en los resultados aparecerán todas las publicaciones en las que se mencione a X usuarios / usuarios aunque no vayan dirigidas a ellos específicamente.

## Bloque Lugares

### Lugares

Cerca de este lugar

Aquí solamente hay dos apartados, “Cerca de este lugar” y “Dentro de esta distancia”. Permite buscar *tweets* enviados desde *cerca* de la localidad que se indique pudiendo acotar ese *cerca* a X millas o kilómetros a la redonda de el lugar escrito.

## Bloque Otro

### Otro

Seleccionar:

Positivo :)  Negativo :(  ¿Pregunta?  Incluir Retweets

En este caso aparecen tres opciones para seleccionar mediante las que se pueden buscar publicaciones enviadas con un *sentimiento* plasmado en forma de emoticón y una cuarta para elegir que en los resultados aparezcan también *retweets*.

Operador	Encuentra tweets...
búsqueda de twitter	conteniendo "búsqueda", "de" y "twitter". Este es el operador determinado.
"hora feliz"	conteniendo la frase exacta "hora feliz".
odio O amor	conteniendo ya sea "odio" o "amor" (o las dos).
cerveza -raiz	conteniendo "cerveza" pero no "raiz".
#haiku	conteniendo la etiqueta "haiku".
de:alexiskold	enviado por "alexiskold".
para:techcrunch	enviado a "techcrunch".
@mashable	haciendo referencia al usuario "mashable".
"hora feliz" near:"san francisco"	conteniendo la frase exacta "hora feliz" y enviado cerca de "san francisco".
near:NYC within:15mi	enviado entre 15 millas de "NYC".
superhéroe since:2010-12-27	conteniendo "superhéroe" y enviado después de la fecha "2010-12-27" (año-mes-día).
ftw until:2010-12-27	conteniendo "ftw" y enviado hasta la fecha "2010-12-27".
pelicula -miedo :)	conteniendo "pelicula", pero no "miedo", con una actitud positiva.
vuelo :(	conteniendo "vuelo" y con una actitud negativa.
tráfico ?	conteniendo "tráfico" y haciendo una pregunta.
gracioso filter:links	conteniendo "gracioso" y conteniendo enlaces URLs.
noticias	conteniendo "noticias" y publicadas vía TwitterFeed
source:twitterfeed	

Lo más interesante de las búsquedas avanzadas es que se pueden combinar opciones de los diferentes apartados y afinar así los resultados (lógicamente hay opciones que no tiene sentido combinar). Además también se pueden realizar búsquedas avanzadas utilizando directamente en el cajón de búsquedas del perfil de usuario o en la página principal los siguientes **operadores de búsqueda**.

## Ejemplos prácticos

La mejor manera para entender el funcionamiento de las búsquedas en Twitter es con ejemplos prácticos:

### Ejemplo 1

Supuesto: El escritor Alexis Pérez Iturralde, con nombre de usuario @APiturralde, desea saber qué se está diciendo de él en Twitter ya que recientemente opinó en rueda de prensa sobre el aborto generándose bastante polémica.

Qué y cómo debería buscar: Bien desde el cajón de búsquedas situado en la barra de opciones de su perfil, o bien desde la página principal del buscador de Twitter, debería realizar búsquedas simples por los términos “Alexis Pérez Iturralde” “APiturralde” y “Alexis Pérez Iturralde APiturralde” con lo que obtendría todos los *tweets* en los que aparecen las palabras indicadas en cada caso. Tras eso también sería recomendable, haciéndolo desde la página de búsquedas avanzadas o utilizando directamente el operador @ en alguno de los cajones de búsqueda, realizar búsqueda de *tweets* en los que se mencione su cuenta de Twitter.

Mira lo que sucede **en este momento**

Alexis Pérez Iturralde

Sugerencia: utiliza operadores para la búsqueda avanzada.

Buscar

twitter

APiturralde



Home

Post

Messages

Account

What's happening?

Top Tweets

More Tweets

Sign up



## Mira lo que sucede **en este momento**

Alexis Pérez Iturralde APituralde

Sugerencia: utiliza operadores para la búsqueda avanzada.

Buscar

### Personas

Desde estas cuentas

Para estas cuentas

Mencionando estas cuentas

APituralde

### Ejemplo 2

Supuesto: Un mes después de lanzar la marca Apple el nuevo iPhone 4S en España, desea saber la opinión sobre el terminal de quienes ya lo han comprado en ese país.

Qué y cómo debería buscar: en este caso al introducir el factor localización es necesario utilizar una búsqueda avanzada desde el primer momento. Se deberían buscar combinaciones de palabras clave relacionadas con la información que se quiere obtener (“comprado iPhone 4S”, “opinión iPhone 4S”, “reseña iPhone 4S”, “decepcionado iPhone 4S” etc) filtrando los resultados por diferentes lugares de España bien haciendo la búsqueda desde la página de búsquedas avanzadas o bien usando el operador *near* en alguno de los cajones de búsqueda.

**Palabras**

Todas estas palabras

Esta frase exacta

Cualquiera de estas palabras

Ninguna de estas palabras

Estas #etiquetas

Escrito en

**Personas**

Desde estas cuentas

Para estas cuentas

Mencionando estas cuentas

**Lugares**

Cerca de este lugar

Dentro de esta distancia   millas  kilómetros

Son dos ejemplos básicos en los que se podrían haber utilizado varias combinaciones más pero que ilustran bastante bien el potencial de las búsquedas de Twitter.

## Herramientas complementarias

Como hemos visto el buscador nativo de Twitter junto a sus operadores forman una combinación poderosa. A pesar de eso nada es perfecto, tampoco esta pareja, por lo que siempre viene bien tener a mano herramientas complementarias de búsqueda. Algunas de ellas:

- ➔ **Snap Bird:** por desgracia según la opinión de muchos, Twitter *tiene poca memoria*. Es decir que no permite buscar *tweets* demasiado antiguos por lo que si se quiere dar con determinado mensaje publicado hace por ejemplo dos meses, a través de el buscador oficial no será posible. Snap Bird es un servicio que suple esta carencia y además lo hace muy bien. Permite buscar *tweets* viejos sin ninguna limitación de tiempo y además tiene bastantes opciones como buscar en la línea de tiempo de cualquier usuario concreto, mensajes donde se menciona a determinado usuario o buscar entre los privados.
- ➔ **Topsy:** se trata de un motor de búsqueda para buscar *tweets*, tanto viejos como recientes, pudiendo ordenar los resultado según la influencia de quienes lo mandan. Es ideal para descubrir tendencias y líderes de opinión dentro del ecosistema Twitter.
- ➔ **Favstar.fm:** otra de las herramientas más conocidas. Sirve para encontrar los *tweets* más populares y lo mejor es que se puede buscar por usuarios concretos con lo que permite encontrar cuales de nuestros mensajes están siendo más favorecidos.

# Recomendaciones para crear buenos hashtags

Inti Acevedo | @inti

No hay que ser un experto en redes sociales para generar buen contenido en Twitter y poder organizar la información bajo un hashtag que permita a la gente seguir la conversación y participar. Un hashtag es una etiqueta que permite agrupar tweets que se refieran a un mismo tema y facilitar su búsqueda. Se usan mucho en eventos noticiosos muy importantes, en memes graciosos que recorren Twitter, para hacer cobertura de eventos y charlas, y para muchas otras actividades.

Crear un hashtag es bastante sencillo, la forma de hacerlo es colocar el símbolo de # seguido de una palabra. Algunos ejemplos: #mineros, #yoconfieso, #Chile.

A continuación 10 consejos para que puedas crear hashtags buenos y explicativos en Twitter:

1. Si ya existe, no tienes que crearlo. Muchas veces quieres agrupar tus ideas con un hashtag y el mismo ya fue creado. Muchos eventos tienen pensado el hashtag que se usará mucho tiempo antes. Otros se generan de forma espontánea. Para las pasadas elecciones de diputados en Venezuela el hashtag más usado fue #26S, porque las elecciones ocurrieron un 26 de septiembre. Es mejor buscar y unirte a la conversación si ya existe un hashtag, a que crees otro.
2. Es mejor que los hashtags sean cortos. Mientras más largo es un hashtag menos caracteres se pueden usar para expresar las ideas. Esto puede ser un gran problema, si tienes 140 caracteres y usas 20-25 en la etiqueta que los agrupará, estás desperdiciando espacio. Para lograr esto muchas personas y organizaciones cortan palabras o usan iniciales. Hoy en Venezuela se está usando el #UniVe para una marcha que exige mejor presupuesto para las universidades del país. Es corto y fácil de entender que se está hablando de las universidades de Venezuela. Muchos hashtags locales usan el nombre del país resumido en su estructura: Chi, Cr, Co, Mex, Mx, etc. Como excepción a la regla, los únicos has-

htags largos que tienen éxito están relacionados con el humor, el hashtag ayuda a parte del chiste.

3. Un hashtag debe ser autocontenido, tratar de explicarse a sí mismo en pocas palabras. Si el hashtag es corto, y al mismo tiempo logras que se entienda el tema al cual se refiere, tendrás una gran etiqueta. El ejemplo del hashtag de los #mineros es muy bueno, corto, directo y sencillo. No hace ni falta colocar #minerosChi, ya que la humanidad completa estaba pendiente del rescate.
4. Sé original, un hashtag no tiene por qué ser una variable de programación. Nuestro idioma está repleto de palabras cortas. Con un poco de ingenio y creatividad podemos crear fantásticos hashtags. Antes de probar con iniciales, piensa en algunas palabras. Por ejemplo si quieres dar recetas, usa la #recetas, es corta y le puedes agregar alguna inicial u otra palabra.
5. Llega a un consenso con el resto de gente que lo va a utilizar, por supuesto dentro del sentido común. Si un grupo pequeño de personas, una organización, quiere comenzar a escribir tweets sobre un tema, lo mejor es conversar y llegar a un acuerdo sobre la etiqueta que se usará. Muy válido para charlas, ruedas de prensa, eventos pequeños. Al mismo tiempo, si la conversación ya fue generada, o hay mucha gente involucrada, es realmente muy difícil llegar a hacerlo.
6. Tiene que ser fácil de memorizar. Al tratar de hacer corto un hashtag es probable que usemos letras o combinaciones complicadas. Actualmente hay un hashtag muy popular que es #grrrr, el cual es fácil de memorizar una vez que te diste cuenta que son 4 erres, pero que es de entrada muy complejo. Aunque no es un hashtag sencillo se hizo popular por ser original, y porque se podía recordar una vez comprendida su estructura. Pero al mismo tiempo es muy fácil equivocarse. Por supuesto, es de esas etiquetas que tienen implícito el humor.
7. Ten cuidado con el doble sentido. No me refiero solamente a la posible implicación sexual de algunas palabras. Es probable que en otro país esa misma palabra signifique todo lo contrario o sea ofensiva. No es lo mismo el hashtag #picobolivar en Venezuela o en Chile, por dar un ejemplo. Lo menos que quieres es que tu evento y hashtag este plagado de gente burlándose o haciendo bromas.

8. El hashtag debe buscar un equilibrio, debe ser corto y a la vez expresivo. Hay que lograr ese equilibrio, quizás al ser muy claro estamos abusando de las palabras, o al ser muy corto nada se comprende. Mientras más grande y global sea la razón del hashtag, más corto y resumido puede ser. El ejemplo del #26S para toda Venezuela, el día de sus elecciones, es muy claro.
9. Ten cuidado de no usar un hashtag que se encuentre en uso para otro fin. Si estas organizando un evento, lo menos que quieres es que la información y los tweets se confundan con otras cosas. Investiga un poco y decide cuál vas a usar basándote en este punto.
10. No abusar de los hashtags. No tienes que crear una etiqueta para cada cosa que escribas en Twitter. Tampoco llenes tus tweets de 5 hashtags, con uno o dos (en casos extremos) es suficiente.

Con estos 10 consejos tienes un excelente punto de partida para organizar mejor tus tweets y las conversaciones que quieres generar en los eventos que estés organizando.

# Consejos para crear mensajes de 140 caracteres en Twitter... y no morir en el intento

Inti Acevedo | @inti

Cinco años después de creado Twitter, siguen existiendo personas que quieren saltarse la limitación principal de Twitter, los 140 caracteres. El uso exagerado de Twitlonger y Deck.ly por algunas personas y medios de comunicación, tiene muy poco sentido y se puede evitar siguiendo 5 pequeñas y sencillas recomendaciones. Servicios como los mencionados son formas de saltarse esta limitación al igual que puedes saltarte un límite de velocidad, pero a diferencia de los controles en las autopistas, aquí no llegarás más rápido a ningún lugar. La mayoría de los usuarios detestan estos servicios “alargadores” de tweets.

Si lo que tienes que decir ocupa más 140 caracteres, no lo digas en Twitter. Abre un blog, ve a Facebook, háblalo en persona. Si aun así, crees que tu mensaje es indispensable para la humanidad usa Twitlonger o Deckly, pero pocas veces en un mes. Un límite sensato puede ser de 5 tweets al mes. Pero aún así lo mejor es que puedas aprender a resumir, a usar la síntesis, volver a lo básico. Expresar tus ideas en 140 caracteres es un reto muy divertido, pero no lo es todo. Si te gusta escribir y tus ideas son complejas, a mucha gente le encantará leerte en WordPress con tu nuevo blog, es hora de intentarlo. Y mientras estás en Twitter, puedes seguir estos consejos y escribir en 140 caracteres o menos.

1. Usa un acortador de URLs para compartir un enlace. Es una de las mejores formas de ahorrar espacio en un tweet. Todo enlace que compartes en Twitter debería pasar previamente por un acortador de direcciones, normalmente el mismo Twitter puede hacerlo, pero a veces falla. Los mejores acortadores son Bit.ly, Ow.ly, Goo.gl y Cli.gs. Para más información visita URL shortening en la Wikipedia.

2. Usa sinónimos y abreviaciones. Hay muchas oportunidades en las cuales puedes cambiar una simple palabra por un sinónimo que ocupa menos caracteres. Por ejemplo, la palabra “productividad” en algunos casos se puede cambiar por “rendimiento”, de 13 caracteres pasaste a 11. Al usar abreviaciones el ahorro en caracteres es aún mayor. Un ejemplo puede ser usar EE.UU o USA en lugar de Estados Unidos. Es importante que uses el sentido común y no hagas tweets llenos de palabras cortadas o con el nefasto lenguaje SMS. Puedes usar 1 x uno, 2 x dos, x por por, = por igual, + x más, etc por etcétera.
3. Sé simple. En un tweet trata siempre de reflejar una sola idea. Sé directo, sin rodeos y no adornes demasiado las cosas. No hace falta (aunque a veces ayuda) que al responder algo incluyas la pregunta original en el tweet, normalmente aparece en la barra derecha, o en un enlace que dice “en respuesta a”. No hay que complicar las cosas, no estás escribiendo un email. No tienes que saludar, despedirte, ni pedir permiso. ¡Ve al grano!
4. Lee nuevamente el mensaje y revisa qué palabras puedes quitar. Cuando escribas un tweet no te preocupes por el límite de caracteres hasta que termines de escribir. Si te pasaste de los 140, lee nuevamente todo, trata de quitar palabras o frases que sean innecesarias. Esto funciona en un gran porcentaje de veces. En casos extremos puedes querer dividir el tweet en dos partes. Si las dos ideas no están conectadas, espera unos minutos para enviar el otro tweet. Por otro lado, si no te gastas los 140 caracteres, no hay ninguna razón para resumir nada.
5. Comienza nuevamente. Si no hay forma de resumir un tweet, borra todo y comienza nuevamente tratando de usar otras palabras y una redacción distinta. Es bastante extremo hacer esto, pero funciona muy bien. A veces nos empeñamos en algo y no vemos con claridad como simplificar las cosas. Si en el segundo intento no puedes lograrlo es mejor que intentes con un blog.



# Diez errores comunes en Twitter

Inti Acevedo | @inti

Nadie es perfecto, y menos en las redes sociales. Cometemos tantos errores en Twitter y Facebook que todos literalmente aprendemos a usar estas herramientas a los golpes. No hay manual que nos salve, y menos si no queremos leer ninguno. Sumado a esto existe la creencia, por lo menos en Twitter, que todo se vale, que podemos usarlo cómo nos dé la gana, sin ninguna regla fundamental. Esto no es mentira, Twitter tiene una capacidad insólita de ser usado de mil maneras. Pero hay algo más poderoso que Twitter, y en algunos países se le llama “sentido común”.

Esta lista no es un compendio de reglas, ni normas, ni mandamientos, ni imposiciones. Es simple observación. Son pequeñas cosas que debes evitar hacer en Twitter para mantener un mínimo de coherencia, no ahuyentar o fastidiar a tus seguidores, y sacarle un mejor provecho a una de las herramientas más alucinantes que existen hoy en día en Internet.

## **Estos son los 10 errores que más cometen las personas en Twitter:**

1. Usar tu cuenta cómo una forma de propagar spam. Hay personas y compañías que entran a Twitter para sólo promocionar sus productos. Esto es completamente absurdo e inútil. Nadie quiere seguir a una persona que escape publicidad a diestra y siniestra. Una buena práctica es enviar mensajes de autopromoción solamente un 20% de las veces. La mayor parte de tus mensajes deberían ser cosas que despierten un mayor interés. Generar valor a tus seguidores, no gastar bits innecesarios en mensajes que nadie va a leer. Las empresas pueden promocionarse más que las personas normales, pero también es aburrido si lo hacen todo el tiempo. Nunca envíes toneladas de replies dirigidas a usuarios determinados con el mismo mensaje, si lo haces lo más seguro es que dejen de seguirte, e incluso que Twitter suspenda tu cuenta.

2. No completar tu perfil. Muy pocas personas siguen cuentas que no están completas. tener un avatar personalizado es sumamente importante. Si dejas el huevo de Twitter mucho tiempo, nadie mostrará el más mínimo interés en seguirte. Tu bio también es parte fundamental, es la forma en que la gente se hace una idea de ti. Piensa muy bien que vas a colocar aquí, sé creativo, ingenioso y piensa en cómo quieres representarte en esta red social.
3. Seguir personas de forma desesperada. Seguir gente por sólo seguirla es un gran error. Elige muy bien a quien deseas seguir. Muchas empresas cometen este error al comenzar y siguen a personas de forma compulsiva esperando el tan \$·%&%\$·\$·"\$ followback. Una pésima estrategia que al final muestra simplemente desesperación. Hay gente que la usa para conseguir más seguidores, una vez los siguen de vuelta, dejan de seguir a la persona y así siguen hasta el infinito. Varias cuentas con miles de seguidores usan esta técnica de forma automática. Al final es fácil detectarlo y tu credibilidad se va al piso, un fraude tonto.
4. No interactuar. Twitter es más sobre las relaciones que construyes y la comunicación, que sobre seguidores y seguidos. Si nunca respondes a lo que te preguntan, es realmente difícil que puedas establecer una red importante de contactos y amigos. Probablemente cuando pidas ayuda, nadie te responderá. Interactuar hace Twitter un 110% más interesante que si nunca lo haces.
5. No darle importancia a la ortografía. Es de esas cosas en las cuales el "todo se vale en Twitter" falla por completo. Si tienes una mala ortografía, la impresión que tendrá la gente de ti será poco profesional. Ten cuidado al escribir. No uses ese lenguaje de SMS ilegible por los mortales de más de 30 años. Si escribes bien la gente te va a leer con gusto. Si escribes mal, estarás solo en el desierto de las cetras (error ortográfico intencional).
6. Tuitear demasiado. Cuando decimos demasiado nos referimos a enviar unos 10 mensajes a Twitter en menos de 4 minutos. Si haces esto ten por seguro que tendrás menos seguidores que Gadafi en 6 meses. Trata de enviar tus mensajes más espaciados en el tiempo.

7. Usar más de 140 caracteres en tus tweets. Hay servicios que permiten escribir mensajes de más de 140 caracteres en Twitter. Úsalos solamente cuando sea cosa de vida o muerte. Pocas personas entran en Twitter para estar leyendo tratados de política. Si abusas de esto poca gente tendrá interés en interactuar contigo. La síntesis es el camino.
8. Exigir a la gente que te siga. Nada más desagradable que esos mensajes “sígueme o dejo de seguirte”. Twitter no es Facebook, no es una herramienta que te obligue seguir de vuelta a las personas, y gran parte de la magia es esa poca sincronía. Todas esas cosas del Follow1x1 son engaños como los sistemas de pirámides, donde unos pocos son beneficiados, y terminas llenando tu Timeline de bots brasileiros, gente que no te interesa y seguidores de Justin Bieber. Sigue a la gente que te interese, es lo que dice Twitter en su página principal, es mejor hacerles caso, algo debe saber Twitter de Twitter.
9. Robar tweets y no dar crédito. Últimamente hay una competencia absurda en Twitter de ver quien es más ingenioso, lo que ocasiona que un mismo tweet sea “inventado” por más de 100 cuentas. Da el crédito cuando leas un tweet ingenioso, no te lo robes. Cuando enlazas a la fuente, o dices por medio de quien encontraste algo, estas generando una conexión, con el creador del mensaje, y con la comunidad. Eres más confiable y honesto si das el crédito, y la gente se da cuenta de estas cosas.
10. Equivocarse al enviar un DM y hacerlo público. #Fail. Ojalá que si te pasa no estés hablando mal de alguien. Que Google lo indexa de inmediato.

Extra: Pelear. Yo tengo una norma primordial en Twitter, y siempre que no la cumpla meto la pata y termino arrepintiéndome. Nunca hay que gastar más de un tweet en una pelea de Twitter. No tiene el más mínimo sentido. Pelear en Twitter es tan inútil como pelear en Twitter.

# Diez listas en Twitter que todo usuario debería crear

Inti Acevedo | @inti

Una de las mejores características de Twitter, y probablemente la menos usada por la gran mayoría de sus usuarios, son las listas. Con ellas podemos organizar cuentas y usuarios bajo categorías específicas. Lo interesante es que cada uno de nosotros tiene la capacidad de decidir las categorías en las cuales incluiremos personas, medios u empresas. Tener varias listas, es como tener varias líneas de tiempo, y nos movemos en ellas como un surfista que cambia de playa dependiendo de su estado de ánimo.

Una mañana nos levantamos políticos, vamos a la lista de política y despotricamos contra la Ministra de Cultura. Nos da hambre al mediodía, y vamos a la lista de restaurantes. Queremos comprar un regalo para esa chica/o especial que conocimos por Facebook, que es amiga/o de tu compañero de 4to año de bachillerato, vamos a la lista de descuentos. Queremos encontrar soporte en nuestro nuevo proyecto en la oficina, vamos a la lista de trabajo.

Las listas son ventanas a realidades específicas. Si ves Fringe, cada lista es un universo paralelo completo, que destila en unos cuantos tweets todo lo que allí ocurre. Si eres bueno seleccionando a quién o qué incluir en cada lista, serás mejor que Olivia Dunham al viajar entre realidades alternas.

Siempre recomiendo que la línea de tiempo principal de cada usuario en Twitter esté llena de personas, para incluir medios, empresas y otro tipo de cuentas, están las listas. Una buena combinación y selección hará que tu Twitter sea más interesante e informativo. Es muy sencillo de lograr, con unas cuantas listas adecuadas y bien categorizadas es posible.

Para ayudarte en la creación de tus universos, aquí te sugerimos 10 listas que puedes crear:

## Noticias

Una lista esencial que todos deberíamos tener. Aquí debes seleccionar solamente los medios de comunicación y blogs que lees normalmente para estar informado y al día con las cosas que te interesan. Mientras más cuentas y fuentes añadidas mejor, pocas cuentas de este tipo hacen que se repitan demasiados tweets del mismo medio. Recuerda incluir los periódicos, blogs, cadenas de televisión, periodistas y revistas. Un ejemplo interesante es el de @kareta y su lista de Noticias y Medios.

## Trabajo

Tanto si eres empleado en una gran compañía, en una pequeña empresa, o si eres un emprendedor, tener una lista especial dedicada a tu trabajo puede ayudarte muchísimo. Es posible que sólo mirando esta lista puedas encontrar alguien que te de una mano en el próximo proyecto, enterarte de algo fundamental, tener más conocimiento del lugar donde trabajas, etc. Puedes incluir compañeros de oficina, al presidente o CEO, cuentas de compañías competidoras, medios relacionados con tu mercado, etc. Si conoces bien tu trabajo y tu entorno, eres un empleado muy valioso.

## Música

La lista definitiva con todas las bandas, músicos y artistas de los cuales eres aficionado o fanático. Un gran ejemplo es la lista de @fosforo de Músicos, puedes encontrar una gran fuente de inspiración en esta lista.

## Aplicaciones

Si trabajas mucho con algún programa en particular, o trabajas parte importante de tu día frente al computador, es una excelente idea tener una lista en Twitter donde incluyas tus aplicaciones favoritas. Yo lo hice con mis programas favoritos, puedes ver mi lista de Aplicaciones y animarte a crear la tuya propia.

## **Restaurantes (Locales)**

Frecuentas normalmente los mismos locales y restaurantes. Es una buena idea que hagas una lista de ellos. Normalmente encontrarás buenas ofertas, nuevos platos, y no tendrás que regresarte con hambre de esa cena romántica con la chica/o especial que conocimos por Facebook, que es amiga/o de tu compañero de 4to año de bachillerato, por encontrar el restaurante en remodelación.

## **Compañías**

Una lista especial para que puedas seguir a las compañías que te inspiran, tienes acciones, te gustaría trabajar, o simplemente te dan curiosidad. Puedes hacer que la lista sea más específica si quieres seguir muchas empresas de diferentes áreas.

## **Hobbies**

El título de esta lista es muy variable. Aquí puedes incluir todas aquellas cuentas de Twitter y usuarios que estén relacionados con tus hobbies, deportes favoritos, etc. Si te gustan varias cosas, también puedes hacer listas más especializadas.

## **Conversaciones**

Hay gente con la que constantemente estás estableciendo comunicación en Twitter, y no los sigues en tu timeline principal. Personas que se toman la molestia de responder a tus preguntas, o sugerirte cosas. Esta lista es ideal para que los incluyas. Puede ver la lista Conversaciones como el paso previo para incluirlos en tu timeline principal.

## **Familia (privada)**

No hay que explicar mucho sobre esto. Aquí van todos tus familiares que tienen cuenta en Twitter. Es bueno que mantengas esta lista completamente privada.

## Los 150 (privada)

Muchas teorías relacionadas con el manejo de contactos, la psicología de la amistad y las relaciones, indican que es muy difícil establecer una comunicación fuerte y lazos de amistad con más de 150 personas. Esta lista es para esas personas especiales. No importa si son menos de 150, pero nunca pongas más de 150. Este truco es increíble, trata de ver mucho está lista e interactuar con estas personas, crearas lazos fuertes con todos ellos. Por supuesto si tu timeline principal es de menos de 150 personas, no necesitas esta lista.

Estas 10 listas son sólo un comienzo para sacarle un mejor partido a Twitter y sus posibilidades. Si seleccionas bien las cuentas a incluir en cada uno, te sorprenderá cómo en pocos minutos, puedes tener una imagen muy adecuada de lo que está ocurriendo a tu alrededor. Un atajo especializado al conocimiento, las últimas noticias y novedades.

# Más de 10 formas creativas y útiles de usar Twitter

Inti Acevedo | @inti

Twitter tiene el movimiento de un hormiguero: todo muy ordenado, con límites muy bien definidos, de vez en cuando, hasta que un hipotético “Dios de los 140” le da una patada, nos confundimos, salen tweets en apariencia desorganizados, y todo vuelve a la calma luego que termina el evento.

A veces algunas hormigas le dan la vuelta a la cotidianidad e inventan nuevas formas de usar los túneles de arena. Aunque por allí solo entran 140 letras a la vez, el poder de lo que pueden hacer las hormigas, equivale al peso que pueden cargar, o a la creatividad que empresas y usuarios ponen allí.

Hay formas alucinantemente creativas de usar Twitter, tanto que podemos convertir a la red social en una navaja suiza que centraliza gran parte de nuestra vida en la red. Hay tantas herramientas e ideas dando vueltas, que es bueno detenernos un momento y mirar que hay en el horizonte. Estas son algunas de las formas más creativas y diferentes de usar Twitter. Es hora de ir por más granos de azúcar y llevarlos hasta el hormiguero.

## Encontrar recomendaciones de libros y películas

Lo uso todo el tiempo. Twitter es excelente herramienta para descubrir cosas nuevas, en este caso en particular libros y películas, pero igual funciona muy bien con otras cosas. El siempre menospreciado buscador de Twitter es una de las herramientas de minería de datos más poderosas que existen en la actualidad. Necesitas conocer una tendencia o medirle el pulso a algo, úsalo.



## **Encontrar recomendaciones de nuevos libros que leer es sumamente fácil:**

1. Vamos al buscador de Twitter
2. Escribimos “recomiendo libro” o “recomiendo película”
3. Recibiras las respuestas más resaltantes a tu búsqueda, eso incluye a la gente que sigues en Twitter
4. Puedes cambiar la pestaña para ver todas las respuestas, o aquellos tweets con enlaces (quizás hasta viene el libro / película en la recomendación).

## **Recordar y programar tareas**

Una de las mejores herramientas que hay en Internet para programar y organizar tareas es Remember the Milk, una aplicación realmente genial y que todos deberíamos probar en algún momento. Funciona muy bien la versión gratuita. La aplicación está disponible para las principales plataformas: iPhone, iPad, Android, BlackBerry, y se integra con Google Calendar y Gmail. Y lo que nos interesa ahora a nosotros: se integra perfectamente con Twitter, por medio de mensajes directos puedes crear nuevas tareas en cualquier momento, y también recibir recordatorios en Twitter de tareas que debes hacer en ese momento o que han cumplido su tiempo de ejecución. Tengo probando esto por 3 semanas y es increíblemente útil, mucho más de lo que pueda parecer a simple vista. Si usas mucho Twitter es una excelente opción. Twitter como agenda.

## **Guarda tweets e información en Evernote desde Twitter**

Alguien te envía un número de teléfono o una información del mejor lugar para encontrar granos de azúcar por Twitter y no tienes tiempo o posibilidad de abrir tu correo, tomar una nota, copiar o pegar, y necesitas guardar ese tweet de inmediato. Evernote (tu cuaderno de notas en Internet) viene al rescate.

Siguiendo a @Myen desde tu cuenta de Twitter podrás activar esta función. Tienes que estar registrado en Evernote previamente. Luego con solo enviar mensajes directos a Myen o incluir @Myen en cualquier tweet público, automáticamente se

grabarán en tu cuenta de Evernote. Muy útil si eres un usuario avanzado de esta herramienta, o si deseas de vez en cuando guardar algunos tweets.

## **Avisa a tus seguidores de forma automática que series de TV estás viendo**

Boxee es un centro multimedia que implementa muchas capacidades de comunicación con tus amigos y las redes sociales. Yo lo uso en el Apple TV y es realmente sencillo de configurar para que cada vez que estás viendo una serie de televisión, como la fantástica Game of Thrones, le avises a tus amigos y seguidores.

Es una buena forma de hacer más social una actividad muy solitaria e individual como lo es ver televisión. Es interesante compartir nuestros gustos, y recomendar a la gente las cosas que vemos. Esto puede servir a otras personas para decidir qué ver, o qué comprar. Tus seguidores pueden preguntar luego tu opinión sobre la serie o película que viste. Es un buen inicio para desarrollar conversaciones.

## **Recuerda a las personas que interactúan contigo por medio de una lista**

Un consejo genial, simple y muy útil para usar en Twitter, es crear una lista (pública o privada) en la que puedes incluir a todas las personas con las cuales interactúas normalmente en la red social. Una forma de recordar, y darle importancia a las conexiones y conversaciones que vas realizando durante el tiempo. Esto funciona muy bien si ya sigues a muchas personas. Esta lista te permite profundizar en conversaciones con gente que encuentras interesante, como un paso previo para conocer a ciertas personas para luego seguirlas en tu time line principal, y para volver sobre un tema más adelante, si no tienes tiempo de responder de inmediato. Funciona muy bien.

## **Usa Twitter para perder peso**

Muchas técnicas para perder peso, tienen como una parte importante del proceso, la necesidad de llevar un registro detallado de la evolución y los kilos y gramos que vas eliminando. Hay personas que han creado cuentas privadas y no siguen a

nadie, que usan Twitter como un registro privado de su peso. Otras hacen público su deseo de bajar de peso, y usan su cuenta en Twitter para motivarse. Si tienes un grupo de amigos que están haciendo lo mismo les sirve para compartir sus éxitos, fracasos, consejos y retos.

## **Realiza encuestas a tus seguidores**

Twitter es excelente herramienta para encontrar respuestas. Intenta hacer una pregunta abierta sobre cualquier tema y obtendrás un número de respuestas importantes, claro si te sigue más gente, obtendrás una cantidad mayor. Pero es importante saber que la gente está dispuesta a responder.

Existe una herramienta nueva que se llama Pollowers (me encanta el nombre) que te permite realizar encuestas, relativamente complejas, sin salir de Twitter. Los resultados son fantásticos. Nuevamente varía dependiendo del número de seguidores que tienes. Pero puede ser usado como un método interno de votación para grupos de amigos o de compañeros de trabajo. Sólo hay que ser un poco creativos. Si yo fuera diputado o gobernante usaría un método similar para saber que piensan las personas, o detectar problemas en las comunidades.

## **Llevar la minuta de una reunión**

Una idea maravillosa. Te encuentras en una reunión, previamente creaste una cuenta en Twitter cuya única función es informar la agenda de la misma. La cuenta es privada y solo pueden verla las personas invitadas a la reunión. Cualquier actualización previa a la reunión le llega a todos los interesados por Twitter. Luego cuando la reunión se está realizando, se puede usar para que todos envíen ideas, públicas o privadas. Mientras el secretario va creando una minuta de la reunión con mensajes cortos de 140 caracteres y asignando tareas, y haciendo RT de las mejores ideas. No se que piensen ustedes, pero me parece una gran idea para poner en práctica.

## **Portafolio de trabajos o currículum online**

La idea es crear una cuenta en Twitter donde sólo colocas enlaces a tu trabajo, tu participación en charlas, tus premios, las veces que apareces en diferentes medios de comunicación, etc.

### **Aprender a cocinar.**

Cada día hay más chefs en Twitter compartiendo sus “secretos” y dando consejos. Una gran ventaja que tienen los 140 caracteres es que por la simplificación y síntesis que se necesita, se puede aprender muy bien aspectos básicos de la cocina. No es que vamos a aprender las técnicas más avanzadas de cocina, pero nuestra noción se ampliará con miles de consejos que escriben los grandes cocineros de nuestros tiempos.

Recomiendo seguir cuentas como @recetasen140, @comidadesoltero, @cocitip, @pochogarces, @sumitoestevez y muchos otros. Seguro tu conoces algunos otros y puedes indicarlo en los comentarios del post.

### **Cobrar productos y servicios con la “moneda” tweets**

Pagar con un tweet. Una idea un poco extraña y que probablemente tenga algunas implicaciones éticas. Pero es muy interesante. Imagínate que estás vendiendo un libro o servicio, y que te lo pueden pagar con tweets. Tienes un cuento corto, se lo das gratis a quienes envíen un tweet promocionando el cuento. Así es como funciona. Puede servir para varias cosas, es cosa de ponerse a pensar un poco en el tema.

Todas estas ideas son una demostración que Twitter da para mucho, que las hormigas no siempre seguimos a la fila, y que la creatividad modifica y adapta cosas que fueron creadas para otras cosas.

# **Ecosistema Twitter: aplicaciones recomendadas**

# Servicios y aplicaciones para tuitear desde el escritorio

Bárbara Pavan | @barbarapvn

Parece increíble la evolución de las comunicaciones. Gracias a la llegada de Internet, la forma en la que nos comunicamos con otras personas experimentó una vuelta de 360 grados, en la que las cosas se movían más rápido, apenas dejando lugar para tomar un respiro. También parece increíble que Twitter, una de las redes sociales (¿podríamos llamarla así?) más jóvenes en llegar a la red, en estos tiempos cumpla cinco años. Porque, si consideramos que hasta muchos diccionarios tanto españoles como ingleses han determinado que “tuitear” es ya un verbo, Twitter se coló en nuestras vidas y terminamos **pensando en 140 caracteres**.

Después de esta breve y un tanto académica introducción, tenemos que pensar también en los aspectos rentables de Twitter. Alrededor del pajarillo, se han fundado infinidad de empresas dedicadas a la medición y, lo que nos compete en esta oportunidad, la **gestión de contenidos**. Aunque muchos de los usuarios eligen hacer actualizaciones desde la aplicación online de Twitter, con el correr del tiempo esta experiencia se vuelve limitada, y buscan nuevos recursos y clientes de Twitter que les permitan leer las actualizaciones (o tweets) de sus contactos, y publicar los propios.

Si bien Twitter ha mejorado considerablemente las funcionalidades a las que podemos acceder desde su plataforma web, aún así **muchos clientes de Twitter siguen siendo superiores**, por los beneficios que son otorgan. Ya sea ver fotografías y videos directamente en la aplicación de escritorio, permitir el uso de diferentes acortadores de URL y además darnos estadísticas de visualización de nuestros tweets, los clientes de Twitter incrementan la satisfacción del usuario, y hay algunos que pueden ser considerados incluso mejores que la aplicación original.

Hemos hecho una selección con algunos de los clientes de Twitter que no solamente son los más utilizados, sino que además son los mejores. Algunos de ellos toda-

vía tienen cosas para mejorar, pero son una experiencia diferente a la que tienen la mayoría de los usuarios cuando recién comienzan.

## TweetDeck

Imposible no comenzar esta lista con **TweetDeck**. Uno de los servicios más utilizados por los **usuarios más activos de Twitter**, TweetDeck es una aplicación integral, también disponible como aplicación web, que nos permite organizar las diferentes funcionalidades de Twitter dentro de diferentes columnas.

La actualización de TweetDeck también **puede ser personalizada**, pero generalmente podemos acceder a los tweets en tiempo real, sin perdernos de nada. Mientras que muchas aplicaciones tienen una latencia considerable para actualizar, con TweetDeck no tendremos ese problema, lo que nos permitirá mantener una **interacción más activa** con nuestros contactos.

Además, el hecho de que esté todo diferenciado por columnas ayuda a que podamos tener un control sobre lo que está sucediendo. Además de columnas con las menciones y con los mensajes directos, podemos agregar una columna con búsquedas de palabras claves o de hashtags, para poder mantenernos informados sobre un tema particular.

Al igual que Twitter, TweetDeck también nos da la posibilidad de revisar los Trending Topics del momento, y además, podemos visualizar fotos y videos sin necesidad de salir de la aplicación y ser dirigidos a una nueva página web. Aunque esto es algo que con el correr del tiempo hasta podemos disfrutar dentro del mismo Twitter, es una funcionalidad interesante.

Al final del día, TweetDeck puede ser la **aplicación de cabecera** sobre todo si somos usuarios intensivos que no dejamos de prestarle atención a nuestro timeline en todo el día.

## Seesmic

Una especie de hermano pequeño de TweetDeck, **Seesmic** es la evolución de **twhirl**, otra gran aplicación que comentaremos en detalle en algunas líneas. En sí, Seesmic no se diferencia demasiado de TweetDeck, pero cuenta con una **interfaz más limpia**, colores más amigables para los ojos, que además pueden ser personalizados, y más posibilidades en cuanto a acortadores de URLs y subida de imágenes.

Lo bueno de Seesmic es que recibe buenas actualizaciones por parte de sus desarrolladores. Quizás no se actualiza tan rápidamente como TweetDeck, pero tiene sus beneficios. La verdadera potencialidad de Seesmic se encuentra en su **dinámica para negocios**. Con Seesmic podremos **manejar varias cuentas** (de la misma forma que podemos hacerlo desde HootSuite, pero desde el escritorio), de una manera más eficiente.

Con Seesmic, no tenemos un límite de cuentas que podemos sincronizar. Además, nos permite una integración completa con **todo un paquete de redes sociales**, entre las que se puede contar también Facebook (es uno de los mejores clientes). Por eso, Seesmic es la elección de cabecera para aquellos que tengan que manejar redes sociales de múltiples proyectos, y promete un buen tiempo de respuesta, sobre todo si estamos a cargo de marcas que requieren de una respuesta rápida.

## DestroyTwitter

No debemos dejarnos engañar por el nombre. DestroyTwitter es un buen servicio, aunque algo limitado, que es **ideal para el usuario intensivo**. Lo que nos ofrece es una interfaz limpia y simple, fácil de manejar, una actualización decente, y una funcionalidad de grupos que puede ser ideal para las personas, por ejemplo, que siguen listas.

Lo más interesante de DestroyTwitter es su **personalización**. Los usuarios pueden descargar diferentes skins que permiten darle un toque personal a la aplicación. Pero si somos usuarios que tenemos que manejar varias cuentas, este producto no es para nosotros: DestroyTwitter solamente soporta una cuenta, que podremos sincronizar sin problemas, pero nada más.



La **funcionalidad de grupos** también puede ser algo complicada de acceder, pero una vez que se la tiene funcionando, puede ser muy útil para que no se nos pase ninguna información. Si recién estamos entrando al mundo de Twitter y buscamos una forma simplificada de manejarlo, DestroyTwitter es la respuesta.

## PeopleBrowsr

Esta aplicación es un derivado de la ya conocida aplicación web, y cuenta con muchas funcionalidades interesantes y útiles. Lo bueno de PeopleBrowsr es que tiene **muchos pequeños detalles** que le dan un valor agregado y lo diferencian del resto de las aplicaciones, como por ejemplo, mediciones de la cantidad de seguidores, vistas de fotografías, estadísticas fáciles de analizar, y más.

PeopleBrowsr es un poderoso servicio, definitivamente. Las **estadísticas** que nos ofrece están agrupadas en columnas para facilitar su lectura, y nos permite además sincronizar con otros servicios y redes sociales para realizar actualizaciones simultáneas. Además, podemos tener un buen acceso a una gran cantidad de **filtros de contenido**, algo que no se ve normalmente en muchas de estas aplicaciones.

De la misma manera que casi todos los clientes que comentamos anteriormente, esta aplicación también funciona por columnas, y también tiene un buen tiempo de respuesta a nuevos tweets. Por todas estas funcionalidades que mencionamos, y más (realmente no alcanzan solamente unos párrafos para describirla), PeopleBrowsr es ideal para **usuarios muy dedicados a Twitter**, que además estén interesados en medir cuál es la influencia de su contenido. También puede ser una buena herramienta de negocios.

## Twitter para Mac (cliente oficial)

El cliente oficial de Twitter comenzó como una aplicación independiente que se llamaba Tweetie, y el nivel de satisfacción de los usuarios era tan bueno que Twitter decidió comprarlo y hacerlo su cliente oficial. Fue uno de los primeros clientes para Mac en darse a conocer. Se trata de una aplicación de una sola columna, con notificaciones en la barra cuando se actualiza nuestro timeline, y diferentes solapas laterales donde podemos acceder a nuestras mentions y mensajes directos.

Aunque no tiene un buen tiempo de respuesta, Twitter para Mac es una aplicación dedicada a los usuarios que no pasan demasiado tiempo en Twitter pero que ocasionalmente lo visitan si lo tienen a mano.

Para las personas que busquen una aplicación que no sea demasiado demandante y que no entregue demasiadas notificaciones, es una buena elección.

## DigiTweet

Aquí vamos con una para los fanáticos del **Open Source**. Aplicación para Windows exclusivamente, también nos permite un buen grado de personalización de la misma manera que DestroyTwitter. Podemos personalizar también la forma en la que vemos nuestro timeline, agregar búsquedas para no perdernos de nada, y, lo más interesante de todo, **programar alertas** para que se nos avise cuando un usuario en particular ha hecho una actualización.

Aunque tiene todas estas funcionalidades que lo hacen un buen servicio, DigiTweet está únicamente dedicado para usuarios normales, y no posee una interfaz demasiado agradable o fácil de leer. Sin embargo, todo está en los detalles. Las marcas, por otro lado, deberían elegir un servicio más profesional para encargarse de sus redes sociales, aunque si se trata de una compañía pequeña, DigiTweet puede ser de gran ayuda.

## Twhirl

Y vamos con otro clásico. **Twhirl** solía ser el servicio de cabecera de Seesmic, pero ahora, siendo este producto el principal de la compañía desarrolladora, ha quedado en el olvido. Pero solamente de sus desarrolladores, no de los usuarios: aunque ya no recibe actualizaciones, los usuarios pueden seguir usando twhirl como una buena herramienta, sobre todo aquellos que no están demasiado compenetrados con Twitter.

De la misma forma que el cliente oficial de Twitter para Mac, twhirl es una aplicación de una sola columna con diferentes solapas. Pero, a diferencia del cliente para Mac, podemos **activar alertas** para que se nos notifique si hay nuevas actua-

lizaciones o mentions. Además, tenemos funcionalidades de personalización que, aunque limitadas, nos permiten elegir el color de la interfaz, que por cierto es bella y funcional.

## Twitterrific

Otra aplicación para Mac que vale la pena destacar es **Twitterrific**. Aunque sus funcionalidades son bastante básicas, y no puede ser utilizado por un usuario intensivo que tenga más demandas, para un recién llegado o una persona que no está demasiado dedicada a Twitter, es una buena opción.

De la misma forma que los servicios anteriores, cuenta con una **única columna, solapas, y una interfaz simple**, aunque muchas veces puede resultar algo monótona. No tenemos demasiadas opciones de personalización, pero sirve para lo básico. No hay diferencias demasiado relevantes entre el cliente oficial de Twitter y Twitterrific, por eso, tienen el mismo objetivo de usuarios.

## Digsby

Finalmente, este servicio es ideal para las personas que están presentes en muchas redes sociales y quieren concentrar todo en un solo lugar. Cuando hablamos de Digsby, nos referimos a una aplicación que no solamente nos permite usar Twitter, sino también Facebook, MSN Messenger y Gtalk. Es un servicio completamente integrado que no decepcionará.

Es cierto que su interfaz no es demasiado bella, pero podemos modificar las notificaciones y no solamente de belleza viven las aplicaciones, sino que tienen que tener buenas funcionalidades, y esto a Digsby no le falta. Es ideal para los usuarios que tienen demasiados problemas tratando de **manejar sus múltiples redes sociales**.

# Aplicaciones para tuitear desde el móvil

Juan Jesús Velasco | @jjv

Gracias a la popularidad de los *smartphones* y la alta cuota de mercado que tienen, el acceso a las redes sociales desde los móviles ha aumentado exponencialmente y no resulta raro encontrar a la gente accediendo a Twitter desde su móvil y subiendo una foto del lugar en el que están, comentando lo que están haciendo o subiendo una idea que se les ha ocurrido sobre la marcha.

Twitter es un servicio web y, como tal, está accesible desde una página web a la que podemos acceder desde nuestro navegador móvil pero, al final, este tipo de acceso es demasiado asíncrono y necesita que estemos siempre pendientes de la web para conocer que tenemos una mención, un *retweet* o un mensaje directo. Twitter es dinamismo y, por tanto, necesitamos una vía de acceso que nos brinde movilidad sin perder la conexión con el servicio, incluso, cuando no lo estamos atendiendo directamente y aquí es donde entran los clientes móviles.

Twitter ha cuidado mucho el ecosistema de aplicaciones alrededor de su servicio y, alguna que otra vez, ha protagonizado algún que otro tira y afloja con compañías desarrolladoras que no cumplían las normas de la compañía, llegándoles incluso a bloquear el servicio. Para Twitter es importante garantizar una experiencia al usuario totalmente limpia y, sobre todo, fiable y libre de cualquier posibilidad de acceso a datos privados por parte de un tercero.

Dependiendo de la plataforma móvil encontraremos un conjunto de aplicaciones u otro, pero pensando en las principales, recomiendo probar las siguientes:

## Cientes de Twitter para iOS

En iOS, la plataforma que comparten el iPhone y el iPod, es casi obligada la instalación del **cliente oficial de Twitter** que funciona muy bien y, además, se integra a la perfección con las notificaciones del nuevo iOS 5. Todo aquel que posea un dispositivo iOS y use Twitter puede probar con esa aplicación que, seguramente, no

le defraudará. Los usuarios de iPad son algo más afortunados porque cuentan con **un cliente específico** que maximiza la experiencia del usuario en este dispositivo.

Otro de los clásicos es **TweetDeck** un cliente de Twitter, y también de otras redes sociales, que fue adquirido no hace mucho por Twitter y que concentra el 13% de los mensajes que se generan en Twitter a nivel mundial. Esta aplicación es estu-penda para realizar el seguimiento de *hashtags* y realizar escucha activa.

**Hootsuite** es otro cliente de Twitter, y de otras redes, de carácter más profesional y que suele emplearse mucho en ámbitos profesionales para gestionar múltiples cuentas y tener acceso a informes de seguimiento.

**Echofon** es otro cliente interesante que también está disponible, incluso, como extensión para Firefox y también nos ofrece un acceso a Twitter muy cómodo de gestionar. Echofon y el cliente oficial de Twitter son dos buenas opciones, por ejemplo, con las que empezar.

**UberSocial** es un cliente bastante recomendable con el que, incluso, podemos personalizar el aspecto de la interfaz y obtener previsualizaciones de los enlaces que nos comparten.

## Cientes de Twitter para BlackBerry

**Twitter para BlackBerry** es el cliente oficial y, la verdad, uno de los mejores que he probado nunca porque se integra a la perfección en el sistema *push* de BlackBerry y, por tanto, tenemos las notificaciones a tiempo real. Este cliente ha mejorado mucho en el último año, ofreciendo todas las funcionalidades completas del servicio, incluyendo los *trending topics*, la posibilidad de compartir imágenes o gestionar las listas.

**UberSocial** también está disponible para BlackBerry y, además de gestionar nuestra cuenta en Twitter, podremos escribir en nuestro perfil en Facebook (la misma actualización a la vez) o la posibilidad de combinar las menciones y los mensajes directos con los del *timeline*.

## Cientes de Twitter para Android

En Android, además de contar con el **cliente oficial de Twitter**, **UberSocial**, **TweetDeck** o **HootSuite**, contamos con otras alternativas interesantes como **Seesmic** que es otro cliente que permite gestionar múltiples perfiles sociales además de nuestra cuenta de Twitter, como la de Facebook (incluyendo sus páginas) y, al igual que HootSuite, es un buen aliado de los profesionales.

## Otras plataformas:

Twitter también está disponible con un **cliente oficial para Windows Phone 7** y los usuarios de terminales Nokia pueden optar por **Tweets60** en forma de aplicación y **Twitter Widget** en forma de *widget* de escritorio para el Nokia N900.

# Herramientas para postear imágenes en Twitter

Miguel Jorge | @iblogblog

Si nos preguntaran hoy por qué Twitter es una herramienta tan poderosa podríamos enumerar mil y una formas de explicar su potencial. Sin duda la posibilidad de explicar al momento y de forma breve y concisa aquello que está ocurriendo debería ser una de las claves. Quizá por esta razón Twitter más que ninguna otra plataforma ha ido reforzando su ecosistema con cientos de aplicaciones paralelas para que el famoso “¿Qué está pasando?” sea un “todo” de nuestra realidad. Por esta razón la fotografía, las imágenes para acompañar el *tweet*, se han convertido en todo un universo paralelo de posibilidades junto a Twitter.

Y es que la relación de la plataforma con el arte de fotografiar y la posibilidad de subir nuestras imágenes en la red ha pasado por un largo viaje hasta que en el mes de agosto de este 2011 se hacía oficial para todos los usuarios. Hasta ese momento existían muchas alternativas, aplicaciones externas por las que el usuario podía postear la imagen ligada al momento (o *tweet*) del que hablábamos.

Los motivos son obvios y potencian aún más a Twitter. La **fotografía y Twitter deben y tienen que ir de la mano** para que muchos mensajes sean completos. Ya sea una celebración o una manifestación, un encuentro casual o una denuncia, la red nos brinda una gran cantidad de herramientas para inmortalizar la escena junto al mensaje.

Veamos por tanto aquellas **herramientas para postear imágenes más usadas**, ya sea por su potencial o por la gran comunidad que se encuentra detrás de ella, una vez que Twitter se decidió lanzar su herramienta oficial. Además y debido a la importancia y el nexo de unión que existe en los formatos, también incluiremos aquellas opciones que nos brindan la posibilidad de agregar vídeos en la red:

## Twitter

De las últimas en llegar pero tratándose de la manera oficial de incorporar fotografías debíamos nombrarla la primera. Llegó en agosto de este año aunque meses atrás ya se encontraba entre la comunidad de desarrolladores. De esta forma Twitter proporcionaba por fin su servicio oficial para subir imágenes ya sea desde dispositivos móviles o a través de la web.

Junto a la ventana para realizar un *tweet*, la plataforma ofrece el botón para agregar una imagen al mismo. Pinchamos sobre el botón, seleccionamos la imagen que deseamos agregar y listo. Recomendable y la más fiable de todas ya que es la herramienta oficial de Twitter.

## Twitpic

Hasta la llegada de la herramienta oficial, sin duda la más popular de todas. Twitpic es igual de sencilla y permite adjuntar una imagen a tu cuenta de Twitter. El servicio no pide ningún tipo de cuenta nueva ni registro (deberás introducir tu cuenta de Twitter), simple y sencilla, se trata de un servicio donde alojar las imágenes que serán enviadas a Twitter.

Utilizando la API de Twitter podremos agregar un comentario junto a la imagen que será enviado. La herramienta funciona tanto en escritorio como a través del móvil.

## Twitvid

Quizá la gran novedad con respecto a los anteriores servicios llega por la posibilidad de subir vídeos a la plataforma. Twitvid tampoco requiere de cuenta nueva, simplemente debemos agregar nuestra cuenta en Twitter. Una vez realizado el login los usuarios podrán subir imágenes o vídeo de hasta 2 GB (sin restricciones de tiempo en el vídeo).

Interesante y sencilla aplicación que ofrece otras posibilidades de pago. El uso gratuito llega acompañado en los vídeos de publicidad, en el caso de que no desearas piezas visuales con comerciales la herramienta ofrece una versión de pago.



## TwitrPix

Aquí la gran diferencia la encontramos en su pequeño editor de imágenes. Con TwitrPix podremos tomar una foto y subirla a Twitter pero entremedias la herramienta nos da la opción de retocar o corregir las imágenes. Hasta 16 opciones (donde se incluyen efectos de luz o títulos incrustados) de mejorar o modificar de manera rápida y sencilla las fotos sin tener que cambiar de aplicación.

## SmugMug

Algo diferente a todas las demás porque se trata de una aplicación dirigida a una gran base de redes. En SmugMug puedes compartir imágenes en Twitter pero también en Facebook y otras redes sociales. Además, permite agregar vídeos a la red.

## MobyPicture

Siguiendo la estela de herramientas y aplicaciones que permiten la subida tanto de imágenes como de fotos se encuentra MobyPicture. Desde la plataforma se podrán subir vídeos y fotos en las principales redes sociales (Twitter, Facebook o Google+).

Funciona de la siguiente manera. Primero creamos una cuenta en la herramienta luego, pasamos a agregar cada una de las cuentas que deseemos de cuantas redes sociales tengamos. A partir ese momento, cada vez que subamos una fotografía a MobyPicture, la plataforma las envía directamente a las cuentas agregadas de redes sociales a través de un link generado por MoviePicture.

Además, el programa nos permite compartir las imágenes de forma sencilla entre una u otra red. Por ejemplo, si estamos posteando una foto en Google+, el link que te ofrece la herramienta permite pasarla a Twitter sin necesidad de repetir el ejercicio de subida en cada plataforma social.

## Flick.to.twitt

Gran herramienta para todos aquellos que utilicéis diariamente Flickr. Con Flick.to.twitt podremos avisar a nuestros followers de la actividad reciente en Flickr. La manera de funcionar es sencilla. Debemos darle acceso a la herramienta con nuestra cuenta de la red de fotos. Un vez realizado, cada vez que agregamos una nueva imagen en Flickr llegará un aviso en forma de Tweet de la actualización.

## Yfrog

Simple, efectiva y de las más veteranas. Yfrog se ha mantenido en el tiempo como una de las herramientas más utilizadas para postear imágenes y vídeos en Twitter. La plataforma permite subir imágenes y almacenarlas además de crear direcciones cortas para enviarlas luego a Twitter. Como la gran mayoría no necesita registro y solamente deberás incluir tu cuenta de Twitter.

## Lockerz

Anteriormente llamado Plixi, Lockerz es otro de los servicios más populares actualmente. La popular plataforma de pago por visionar vídeos e imágenes amplía su ecosistema en los dispositivos móviles pudiendo compartir fotos o vídeos en Twitter a la vez que tienes la posibilidad de ganar puntos mirando otras fotos de otros usuarios en Lockerz que puedes canjear por premios.

Estas son la mayoría de herramientas utilizadas por los usuarios de Twitter, las más populares, aunque evidentemente no se encuentran todas. Si buceáis por la red podéis encontrar una gran gama de opciones paralelas que quizá os funcionen a la perfección. Al final la elección entre una u otra dependerá de los usos que hagamos de Twitter.

# Herramientas de búsqueda de información y seguimiento de temas en Twitter

Juan Jesús Velasco | @jjv

Twitter no es únicamente una red social en la que conversar, comentar qué estamos haciendo o promocionar productos, empresas o nuestros servicios profesionales, también es una red social con la que podemos nutrirnos de valiosa información de actualidad o de fuentes de referencia que nos aporten contenidos de valor en nuestra actividad profesional o en otros aspectos que nos interesen (como nuestras aficiones).

Twitter ha demostrado ser una muy buena fuente de información para conocer lo que está sucediendo, de hecho, es un lugar en el que podemos conocer noticias mucho antes que éstas sean publicadas en los medios de comunicación tradicionales y, de hecho, Twitter destaca los asuntos de los que más se habla en lo que se denominan *trending topics*, los temas del momento.

Los *trending topics* y los *hashtags* son dos potentes utilidades que pueden usarse como elementos de búsqueda y nos pueden ayudar a localizar temas de interés o conseguir información de primera mano de algo que está sucediendo al otro extremo del planeta.

En la red podemos encontrar unas cuantas de utilidades que nos pueden ayudar a localizar temas de interés y obtener informes estadísticos sobre temáticas o *hashtags* determinados para poder realizar informes de impacto o para realizar una escucha activa en Twitter en busca de oportunidades.

- ➔ **TweetNews** es un servicio bastante interesante que viene a apoyar la tesis que afirma que Twitter es un medio de comunicación mucho más rápido que los medios de comunicación tradicionales. Gracias a esta herramienta podemos rastrear noticias (y su relevancia) en base al número de tweets que estén circulando en Twitter en ese momento que estén relacionados con dicha noticia o dicha temática y, por tanto, podemos utilizarla como un buen detector de temáticas de interés.

- ➔ **Nearby Tweets** es una herramienta muy sencilla que muestra todos los tweets que se están generando a alrededor de una ubicación geográfica concreta (que marquemos en la opción de búsqueda) y, además, nos permite también acotar la búsqueda a una temática concreta. Gracias a esta información (acotada por ubicación y temática), podremos localizar usuarios de interés y, sobre todo, conocer qué se mueve a nuestro alrededor y localizar oportunidades.
- ➔ **Twitscoop** que por cierto también está **disponible en la App Store** de Apple, a simple vista podría parecer un cliente web más de Twitter, sin embargo, en el lateral derecho del interfaz, se incluye una nube con los *hashtags* que más se están moviendo por la red (y que, además, se actualizan cada minuto). Gracias a esta herramienta, con un sólo vistazo, podremos comprobar los temas que más tráfico generan y, además, se incluye una sección con las últimas tendencias, la evolución temporal de éstas y una selección de *tweets* relacionados, es decir, información relativa a temas que podrían ser noticia y ante los cuales podremos actuar de manera proactiva.
- ➔ **SocialMention** es un muy buen buscador que nos muestra los lugares (blogs, microblogs, marcadores, comentarios, Google News, etc) en los que aparece el término que indiquemos, dato que se complementa con una serie de indicadores estadísticos muy útiles para cualquier gabinete de social media: tiempo medio en el que nos nombran por la red, cuándo fue la última vez que nos mencionaron, si se habla bien o mal de nosotros (un dato bastante curioso), palabras clave que nos asocian o los usuarios que más hablan de nosotros.

Con una interfaz muy parecida a los resultados de Google, podremos filtrar los resultados por fechas, tipo de fuente (blog, Twitter, Friendfeed, etc), examinar los sitios en los que nos enlazan o descargarnos los resultados en una hoja de cálculo para explotarlos en un informe. SocialMention creo que es una de las herramientas básicas que debe estar dentro de la sección de favoritos de todo aquel que realice escucha activa en redes sociales.

- ➔ **Followthehashtag** nos ofrece una representación gráfica del hashtag que introduzcamos en el campo de búsqueda en la que veremos qué usuarios han utilizado dicho *hashtag* y cuántas veces. Una herramienta útil para monitorizar una temática concreta y detectar los usuarios más activos o los posibles líderes de opinión.
- ➔ **Hash Tracking** es una herramienta que tiene versión gratuita y versión *premium*. En general, nos ofrece informes relacionados con los *hashtags* de Twitter, simplemente tendremos que introducir uno en el campo de búsqueda y obtendremos un informe con las 500 últimas menciones (la herramienta ofrece mucho más exhaustivo por cantidades que oscilan entre los 35 dólares y los 99 dólares). Comparado con otros servicios, como por ejemplo Hashtags.org, echaría en falta el gráfico con la evolución temporal del uso del hashtag, si bien he de reconocer que Hash Tracking incluye un diagrama interesante en el que podemos ver la distribución de las apariciones del hashtag en base a su origen (*tweet*, *retweet* o menciones).
- ➔ **TweetMeme** es un estupendo lugar en el que encontrar los temas que más se están moviendo a través de Twitter y que podremos visualizar clasificados por temáticas para mayor comodidad. Además, podremos navegar por todos los *tweets*, localizar usuarios de peso o localizar el primer perfil que lanzó un *tweet* conteniendo un enlace determinado.
- ➔ **Trendistic** es otra herramienta con la que podemos ver los temas más comentados en Twitter y realizar búsquedas sobre asuntos que nos interesen. En ambos casos, podremos visualizar los últimos *tweets* relacionados con el tema y diversas gráficas con la evolución de la misma, basándose en el número de comentarios que estén circulando.
- ➔ **Monitter** es una herramienta que nos puede ayudar a comparar la popularidad de ciertos asuntos ya que gracias a esta aplicación podremos comparar la popularidad de 3 términos de búsqueda y visualizar, según el volumen de *tweets*, cuál es el más popular. De hecho, si queremos profundizar más, podemos acotar el radio de acción de la búsqueda y centrarlo en una ubicación concreta.

- ➔ **TwitterFall** es una interesante herramienta para monitorizar lo que se comenta en Twitter y detectar temas de interés. Con ella, podremos visualizar los mensajes que vayan publicando en relación a los *trending topics* del momento o realizar búsquedas personalizadas a la que podremos aplicar filtros relativos a la geolocalización. La interfaz web nos permite maximizar los tweets, por ejemplo, para proyectarlos en un evento a modo de *backchannel*.

# Herramientas de medición en Twitter

Juan Jesús Velasco | @jjv

Twitter es un potente vehículo para promocionar productos, marcas o, directamente, promocionarnos a nosotros mismos como una voz experta en una materia determinada. Sea cual sea nuestro propósito, cualquier actividad que acometamos debe llevar de la mano una serie de indicadores que nos sirvan de ayuda a la hora de analizar si lo estamos haciendo bien o mal o si, llegado el caso, nuestra estrategia necesita de algún tipo de ajuste.

Alrededor de Twitter han surgido múltiples herramientas que nos pueden echar una mano a la hora de realizar este tipo de evaluaciones además de ser un potente instrumento para conocer a nuestros seguidores y, así, poder ofrecerles contenidos que susciten mucho más su interés.

Aunque este espectro de herramientas es amplio y abarca tanto herramientas de pago como gratuitas, nos centraremos principalmente en éstas últimas porque combinando varias de estas herramientas podremos confeccionar un interesante cuadro de mando a un precio más que razonable.

- ➔ **ManageFlitter** es una herramienta que suelo recomendar para realizar dos tipos de tareas. Por un lado, es una buena herramienta para purgar el listado de usuarios que seguimos y detectar perfiles que no generan contenido de utilidad o, directamente, no tienen actividad. Sin embargo, ManageFlitter puede ser utilizada como una herramienta que nos ayude a conocer mucho mejor a nuestros seguidores puesto que además de mostrarnos a qué perfiles seguimos (y cuáles de estos nos siguen a nosotros) se nos mostrará, para cada uno de los usuarios, un pequeño resumen indicando el nivel de conversación que tienen (*tweets* al día), perfiles que lo han dejado de seguir entre otros indicadores que nos ayudarán a conocer mejor a la gente que seguimos, la que nos sigue y, sobre todo, averiguar por qué no llegamos a entablar una conversación que enganchase a estos seguidores que nos han abandonado.

- ➔ **Crowdboost** es una herramienta altamente recomendable para realizar un análisis de nuestra actividad en Twitter que presenta una versión gratuita y otra de pago. Gracias a Crowdboost podremos visualizar, en forma de gráficas, el impacto de nuestros *tweets*, la evolución temporal del número de seguidores, gente de peso que nos sigue o quiénes son los perfiles que más veces comparten nuestros contenidos. Todos estos datos nos ofrecen una importante radiografía de lo que es nuestra actividad en Twitter y, cómo no, también nos puede ser de utilidad a la hora de detectar los usuarios más activos y afines de nuestra comunidad.
- ➔ **Follow Cost** es una utilidad muy simple pero puede ser de gran ayuda para detectar si nuestra actividad es excesiva y podemos llegar a saturar a nuestros seguidores. Cuando revisamos nuestros *feeds* podemos encontrar enlaces que nos gustaría compartir, sin embargo, podemos llegar a compartir en un corto espacio de tiempo demasiada cantidad de información. Una manera de evaluar si, quizás, estamos sobrepasando el límite de lo que puede ser leído es por medio de Follow Cost, una herramienta que evalúa el número de *tweets* que enviamos y la cadencia de éstos para dictaminar si es difícil seguirnos o no.
- ➔ **TweetEffect** es otra de mis herramientas favoritas por lo simple que es su funcionamiento y lo útil que puede ser la información que ofrece. Esta herramienta evalúa los mensajes que publicamos y establece una relación con el número de seguidores de manera que detecta cuáles han sido los *tweets* cuyo impacto ha derivado en un aumento o en una disminución de nuestro número de seguidores.
- ➔ **Retweet Rank** es un buen aliado si queremos detectar el nivel de amplificación que tiene una cuenta de Twitter, es decir, mirar el número de *retweets* que tiene un perfil y, gracias a esto, poder visualizar el alcance indirecto de nuestro mensaje gracias a los *retweets* recibidos.
- ➔ **The Archivist** es una potente herramienta que, prácticamente, todo el mundo debería utilizar para generar informes muy completos sobre la actividad de un perfil determinado o sobre un *hashtag* concreto. Uno de los factores más interesantes de esta herramienta es que cada búsqueda tendrá como resultado un



informe que podremos exportar a un archivo ZIP (para su posterior procesamiento) como en forma de *tweet* para una mayor difusión y, además, podremos almacenar nuestras búsquedas e informes realizados para poder retomarlos en cualquier momento.

- ➔ **Klout** más que una herramienta, que lo es, parece que se está convirtiendo **en una obsesión** para muchos usuarios de Twitter porque ofrece un indicador sobre la influencia que tiene un perfil. Esta medida es más cualitativa que cuantitativa porque Klout no ha desvelado la fórmula con la que calcula el indicador aunque sabemos que es una mezcla de la amplificación de nuestros mensajes (*retweets*), la conversación que mantenemos (respuestas) y, claro está, el número de seguidores.
- ➔ **Tweet Level** es otra herramienta que se utiliza para medir la influencia (entendida como impacto) que puede tener una cuenta de Twitter. Bajo mi punto de vista, esta herramienta es mucho más transparente porque ofrece la **fórmula de cálculo** lo cual es interesante porque así se cumple la premisa de que un indicador debe ser medible y representable mediante una fórmula matemática.
- ➔ **Xefer** muestra una representación muy interesante del impacto de nuestros *tweets* según el día de la semana y la hora del día, clasificando nuestra actividad en base a los *tweets*, *retweets* que nos hacen y las respuestas que enviamos. Además, nos muestra una lista con los usuarios con los que estamos más en contacto y los *tweets* intercambiados. Xefer puede ser una herramienta interesante para analizar nuestro comportamiento y, sobre todo, la conversación que mantenemos con nuestra comunidad de usuarios.
- ➔ **TweetStats** es una de las herramientas fundamentales que nos permiten obtener gráficas relativas a un perfil de Twitter, ya sea nuestro o de la competencia. La herramienta nos ofrece gráficas con la distribución temporal de nuestros *tweets* (por día de la semana o por franja horaria), los usuarios que nos mencionan o con los que más conversamos. Las gráficas que ofrece la herramienta nos pueden ser de mucha utilidad a la hora de ilustrar un informe de seguimiento pero también son una buena base para analizar lo que hacemos y ajustar nuestra actividad.

¿Y qué hacer con todas estas herramientas? Lo mejor es pasearse por todas ellas y ver qué datos nos ofrecen, en qué formatos o hasta dónde llegan para que, así, podamos tener una panorámica de todos los indicadores que podemos medir. Tras esta panorámica estaremos en condiciones de nutrir nuestro cuadro de mandos o, si no lo tenemos definido, fijar unos indicadores para realizar el seguimiento de nuestra actividad y, posteriormente, nutrirlos con los datos de estas herramientas.

# Las 20 mejores aplicaciones relacionadas con Twitter

Bárbara Pavan | @barbarapvn

Desde el nacimiento de Twitter, hemos visto el surgimiento de múltiples compañías dedicadas a desarrollar aplicaciones y servicios alternativos y paralelos a la red social del pajarillo. Algunas han pasado sin pena ni gloria, pero otras se destacan por su creatividad y su diversión.

Si bien algunas de las aplicaciones que desarrollaremos a continuación no tienen demasiada utilidad en los negocios, por ejemplo, nos permite ver cómo la API de Twitter puede provocar una infinidad de aplicaciones paralelas, lo que puede servir de inspiración. Algunas de estas aplicaciones son gestores de las cuentas de Twitter, mientras que otros simplemente usan la información de Twitter para crear un “mapa” de contenidos animado, entre otras cosas.

## HootSuite

HootSuite es la aplicación web para negocios por excelencia. Nos ofrece una cantidad importante de funcionalidades como agendar tweets para que sean enviados en un futuro, estadísticas completas, múltiples miembros de equipo (estas dos últimas disponibles solamente con su versión premium), y sincronización con otras redes sociales.

## TwitArcade

Ideal para los fanáticos de los juegos. El sitio, aún en beta, nos permite compartir a través de nuestra cuenta de Twitter una multiplicidad de juegos, además de poder jugarlos también. Se trata de juegos básicos de arcade, pero es una opción interesante para pasar el tiempo (si es que no estamos demasiado ocupados tuiteando).

## My Tweet Cloud

Para los ególatras. Esta aplicación nos permite crear una “nube” con las palabras claves que más utilizamos. Más allá de lo que hacemos nosotros, también es una buena herramienta para medir cuáles son los intereses de las personas que nos siguen.

## My Tweet Map

En nuestra cuenta de Twitter podemos tener a personas de todo el mundo. Lo que permite Tweet Map es ver desde dónde están tuiteando nuestros seguidores.

## WeFollow

Esta aplicación es un directorio con algunos de los tuiteros más famosos del mundo. Un buen sitio para aquellos que buscan tener un contacto más personalizado con estrellas y personas relevantes de la cultura.

## Qwitter

¿Quieres saber si algún usuario está o no está siguiendo tu timeline? Con Qwitter, tenemos la opción de recibir un correo electrónico cuando un usuario deja de seguirnos.

## The Twit Cleaner

Para evitar a los spammers sin tener que dejar de seguirlos. The Twit Cleaner permite eliminar a las personas que hacen demasiadas actualizaciones, en poco tiempo, sin necesidad de tener que bloquearlos o dejar de ser sus seguidores.

## Less Friends

A los usuarios de Twitter les interesa mucho saber quién los está siguiendo. Esta aplicación permite hacer una comparación entre las personas que estamos siguiendo, y saber si nos están siguiendo o no.

## TweetTree

Una aplicación divertida que nos permite formar un árbol de contenidos con nuestros tweets y además, ver las diferentes “ramificaciones” que obtenemos cuando las personas nos contestan.

## Twistori

Una interesante aplicación que, aunque no tiene demasiada utilidad, sirve muy bien como protector de pantalla. Twistori toma los tweets relacionados a diferentes temáticas que tengan una palabra clave, como “amo”, “odio”, “siento” y “deseo”, y los agrupa en un colorido slideshow.

## Post Like a Pirate

Si Facebook puede tener al “pirata” como uno de sus idiomas, entonces, ¿por qué no Twitter? Esta aplicación permite traducir al pirata nuestras actualizaciones.

## Ping.fm

Con Ping podremos hacer actualizaciones masivas en diferentes redes sociales, y mantenernos al tanto de las novedades de una manera más eficiente.

## Twittercal

Si somos de esas personas que comparten demasiada información en Twitter, esta aplicación nos puede servir. Con Twittercal podemos compartir nuestro Google Calendar y agregar eventos desde Twitter.

## Twibs

Se trata de un directorio donde podemos encontrar los negocios, marcas y compañías que tienen una presencia dentro de Twitter.

## TwitterCounter

Uno de los mejores servicios de medición de Twitter, nos permite saber nuestra cantidad de seguidores, mentions, y retweets que hemos tenido en una determinada cantidad de tiempo. Aunque las funcionalidades más avanzadas son de pago, también hay una opción gratuita que cuenta con buena información.

## Twitalyzer

Otra herramienta de medición, más completa que Twitter Counter, porque nos ofrece más estadísticas y posibilidades de medición. También es de pago pero las funcionalidades gratuitas son muy útiles.

## FriendOrFollow

Otra de esas aplicaciones que nos permite saber qué usuario al que estamos siguiendo no es nuestro seguidor. Sin embargo, no es una más, sino que se trata de la herramienta más completa y rápida, que tiene menos fallas (más allá de aquellas provenientes del mismo Twitter).

## TweetStats

Las herramientas de medición abundan, pero TweetStats es una de las mejores por su simpleza y facilidad de uso. Una de sus funcionalidades más interesantes es que nos permite crear gráficos con nuestras mediciones de Twitter.

## Twittonary

Twitter ha traído consigo muchos cambios en la forma en la que nos comunicamos, y dentro de la plataforma notaremos que los usuarios tienen su propia “jerga”. Con Twittonary, podemos comprender y tener una traducción de lo que realmente quieren decir.

## Twittervision

Parecido a Tweet Map, Twitter Vision nos muestra todos los tweets mundiales, en tiempo real, desde la zona en que se están produciendo. Es bueno saber para poder estimar dónde se encuentra la mayor base de usuarios de Twitter.

# Listas de usuarios recomendados



# Los 150 usuarios de Twitter que escriben en español que deberías seguir

- @aberron** Antonio Martínez Ron. Periodista y blogger. España.
- @adelgado** Antonio Delgado. Periodista especializado en tecnología. España.
- @albertomontt** Alberto Montt. Caricaturista. Chile.
- @ald** Afrael Ortiz. Blogger y programador. USA y Venezuela.
- @alexdelaiglesia** Alex de la Iglesia. Director de Cine. España.
- @andresb** Andres Bianciotto. Emprendedor. Argentina.
- @angeljimenez** Ángel Jiménez. Periodista tecnológico. New York.
- @anibal** Aníbal Rojas. Emprendedor y desarrollador. Venezuela.
- @aNieto2k** Andrés Nieto. Desarrollador y blogger. España.
- @antoniofraguas** Antonio Fraguas. Periodista. España.
- @aroliveros** Asdrubal R. Oliveros. Economista. Venezuela.
- @aschek** Alexander Schek. Editor en FayerWayer. USA y Chile.
- @b\_onix** Verónica Hernández. Financiación del desarrollo y transparencia. España.
- @ba\_anderson** Bárbara Anderson. Dir. Edit. de Femeninas, Grupo Expansión. México.
- @bilbeny** Mario Valle. Director Electronic Arts en México.
- @blogacine** Carlos Caridad Montero. Cineasta, blogger. Venezuela.
- @blogoff** Juan García. Uno de los creadores de Faqoff y Blogoff. España.
- @bufetalmeida** Carlos Sánchez Almeida. Abogado, activista. España.
- @carlosdomingo** Carlos Domingo. CEO Telefónica I+D. España.
- @carmelarios** Carmela Ríos. Periodista de informativos en Cuatro. España.
- @chicadelatele** Susana Aloseite. Actualidad de las series de TV. España.
- @chiguire** Ciro Duran. Programador de videojuegos. Venezuela.
- @claudio** Claudio Ruiz. Creative Commons en Chile.
- @cristobalcobo** Cristobal Cobo, Investigador educación y nvas. tecnologías. Chile.
- @criveragarza** Cristina Rivera Garza. Escritora. México/Estados Unidos.
- @dariogallo** Darío Gallo. Periodista. Jefe de redacción del Diario Libre. Argentina.
- @davidmaeztu** David Maeztu. Abogado. España.
- @DavisZone** Davis Ubaldo. Productor de La Cáscara. Panamá.
- @dbasch** Diego Basch. CEO de Indextank. Argentina.

**@dbravo** David Bravo. Abogado experto en temas de Internet y P2P. España.

**@demente** Ingrid Mosca. Twitter addict y blogger. Argentina. Web.

**@dhanna** Danna Hanna Avendaño. Periodista. Ecuador.

**@dotmotion** Leonardo Lambertini. Emprendedor. México.

**@edans** Enrique Dans. Profesor universitario. España.

**@eduo** Eduardo Gutierrez. Biólogo marino y blogger. España.

**@elbaronrojo** El Barón Rojo. Humorista sarcástico. España.

**@elbaxter** Baxter. Periodista y locutor de radio. México.

**@elfaco** Facundo Falduto. Periodista. Argentina.

**@elfalconiano** Ricardo Mendoza. Ingeniero. Venezuela.

**@elwarpig** Warpig. Locutor de radio, músico. México.

**@emevieyra** Milton Vieyra. Editor de Que la pases lindo! Argentina.

**@enriquecarrier** Enrique Carrier. Analista de nuevos medios. Argentina.

**@eva\_hache** Eva Hache. Humorista y presentadora de TV. España.

**@fanetin** Stéphane M. Grueso. Periodista documentalista. España.

**@fechu** Federico Ini. Periodista tecnológico en Telefó Noticias. Argentina.

**@fernandezpm** Pablo M. Fernández. Editor en lanacion.com. Argentina.

**@fotomaf** Mauro Fuentes. Social Media Worker y Fotógrafo. España.

**@francotirador** Christian Leal Reyes. Editor de El Francotirador. Chile.

**@fusildechispas** Cristian Cambroner. Blogger. Costa Rica.

**@gallir** Ricardo Galli. CEO de Meneame.net. España.

**@geraldinasplace** Geraldina González de la Vega. Abogada. México/Alemania.

**@gianko** Gianko. CumbiaStar/Ingeniero Desempleado. Venezuela.

**@ginebra** Gabriela Onetto. Profesora de Literatura. Uruguay.

**@gomezdelpozuelo** Elena Gómez del Pozuelo. Presidenta de adigital.org. España.

**@Goyojimenez** Goyo Jiménez. Humorista. España.

**@guerraeterna** Íñigo Sáenz. Periodista. España.

**@harmodio** Jorge Harmodio. Dr. en Lingüística Computacional. México/Francia.

**@huasonic** Cristian Labarca. Editor de Huasonic. Chile.

**@huguito** Hugo Londoño. Editor temas de telefonía móvil. Venezuela.

**@iescolar** Ignacio Escolar. Periodista y blogger. España.

**@interacciones** Ariel Guersenzvaig. Profesor. España.

**@irreductible** Javier Peláez. Blogger de La Aldea Irreductible.

**@IsayDie** Isabel Luini. Blogger Punto Geek y Puerto Pixel. Argentina.

**@jagelado** Jose A. Gelado. Periodista freelancer y podcaster. España.

**@jandrade** Jose Andrade. Editor de Engadget en Español. USA y Ecuador.

**@jdelacueva** Javier de la Cueva. Abogado hacktivista, España.

**@jesusencinar** Jesus Encinar. Emprendedor. España.

**@jesusgordillo** Jesús Gordillo. Periodista y blogger. España.

**@jldevicente** José Luis de Vicente. Investigación e innovación en cultura. España.

**@jlhortelano** Juan Luis Hortelano. Emprendedor y autor de Tecnorantes. España.

**@jlori** Jose Luis Orihuela. Profesor universitario. España.

**@jmalvpal** José María Alvarez-Pallete. CEO de Telefónica Europa. España.

**@jmgonzalez30** Juan Manuel Gonzalez. Periodista, diario Día a Día. Argentina.

**@jmmulet** JM Mulet. Divulgador científico, escritor. España.

**@jordipc** Jordi Perez Colome. Periodista. España.

**@juangomezjurado** Juan Gómez Jurado. Escritor. España.

**@juanvilloro56** Juan Villoro. Escritor. México.

**@judithtorrea** Judith Torrea. Temas de tráfico de drogas en Ciudad Juárez. México.

**@julietav** Julieta Venegas. Cantante y compositora. México.

**@kariestrada** Kari Estrada. Blogger de moda y estilo. México.

**@kirai** Héctor García. Blogger y desarrollador. Japón y España.

**@koggi** Erich Martino. Diseñador y músico, trabajando en Nokia UK. México.

**@kurioso** Pepo Jimenez. Arquitecto curioso. España.

**@lagamez** Luis Alfonso Gámez. Periodista divulgador científico. España.

**@Laura\_Menna** Laura Menna. Prof. Univ. de Barcelona Lengua Española. España.

**@leoprieto** Leo Prieto. Fundador de FayerWayer y Betazeta. Chile.

**@libreros** Roger Michelena. Bibliotecario. Venezuela.

**@lion05** Leon Felipe Sánchez. Creative Commons en México.

**@luiscarlos** LuisCarlos Díaz. Periodista. Venezuela.

**@luisgyg** Luis GyG. Periodista freelance, blogger y podcaster. México.

**@luisrull** Luis Rull. Blogger y sociólogo. España.

**@maccur** Mauro Accurso. Blogger y periodista. Argentina.

**@payitoweb** Pablo Javier Blanco. Periodista, fueguino. Argentina.

**@martinvars** Martin Varsavsky. Empresario. España, Argentina y EEUU.

**@masaenfurecida** MASA ENFURECIDA, ¿que ha dicho qué? España.

**@mdaporta** Magdalena Da Porta. Periodista de La Voz del Interior. Argentina.

**@mezvan** Mauricio Zapata. Ingeniero de sistemas. Colombia.

**@migueldeicaza** Miguel de Icaza. Fundador de GNOME, Xamarin. México.

**@mijangos** Hector Mijangos. Director Noiselab. México. Web.

**@Milhaud** Miguel García. Blogger. España.

**@mimesacojea** Jose A. Pérez. Divulgación-crítica a través del humor. España.

**@misterchip2010** Alexis Martín Tamayo. Periodista deportivo, España.

**@mmoroca** Miguel Angel Moro. Director de Tecnología. España.

**@modulor** Guillermo Amador. Arquitecto y blogger. Venezuela.

**@morrisey** Jorge Gobbi. Blogger, profesor y periodista. Argentina.

**@mtascon** Mario Tascón. Periodista. España.

**@mtorchiari** Marina Torchiari. Consultora freelance & Blogger. Argentina.

**@nadia\_molina** Nadia Molina. Periodista. México.

**@nahumgarcia** Nahúm García. Músico y compositor. España.

**@naky** Naky Soto. Periodista. Venezuela.

**@oabnormal** O. Dibujante. Colombia.

**@pablomp2p** Pablo Soto. Programador, emprendedor. España.

**@PabloSanchez** Pablo Sanchez Blogger. Argentina.

**@perdomo** Jose Luis Perdomo. Fundador y CEO de Bitacoras.com. España.

**@Perestupinya** Pere Estupinyà. Escritor, periodista de ciencia. Estados Unidos.

**@perezreverte** Arturo Pérez-Reverte. Escritor. España.

**@Petezin** Rosa Jiménez Cano. Periodista de El País. España.

**@pilarportero** Pilar Portero. Periodista. España.

**@Pixel\_Jonan** Jonan Basterra. Editor de Pixel y Dixel. España.

**@pjorge** Pedro Jorge Romero. Traductor y blogger. España.

**@plaqueta** Tamara de Anda. Blogger, editora de Guías DF. México.

**@pochogarces** Porfirio Garcés. Chef. Venezuela.

**@radiocable** Fernando Berlín. Periodista, autor de Radiocable.com. España.

**@raulbaltar** Raúl Baltar. Economista, banquero, blogger. Venezuela y España.

**@reinohueco** Elisa McCausland. Periodista. España.

**@ristomejide** Risto Mejide. Portador profesional de gafas oscuras. España.

**@rodrigobno** Rodrigo Aguiar. Vicepresidente Ejecutivo de BNO News. México.

**@ruleiro** Rulo. Locutor de Reactor 105.7 en México.

**@sallesino** Eduardo Salles. Caricaturista. México.

**@santisiri** Santiago Siri. CEO de Popego. Argentina.

**@sblanco** Sonia Blanco. Periodista, profesora de periodismo. España.

**@schuschny** Andrés Schuschny. Físico, economista. Chile.

**@sd** Sebastian Delmont. Blogger y desarrollador. USA y Venezuela.

**@sic** Nicolás Píccoli. Periodista y blogger. Argentina.

**@solano** Víctor Solano. Periodista. Colombia.

**@soysergio** Sergio Carreras. Periodista de investigación. Argentina.

**@spamloco** Alejandro Eguía. Técnico de PCs y Editor SpamLoco. Uruguay.

**@srtalee** Elizabeth Milla. Enfermera, bloguera y twittera de corazón. Chile.

**@SSantiagosegura** Santiago Segura. Director y actor de cine. España.

**@stark** José Ignacio Stark. Analista de tecnología. Chile.

**@tacvbo** Octavio Ruiz. México.

**@tomaspollak** Tomas Pollak. Periodista y blogger. Chile.

**@tryno** Tryno Maldonado. Escritor. México.

**@tvn\_mauricio** Mauricio Bustamante. Periodista y conductor de noticias. Chile.

**@uruloki** Felipe Uruloki. Experto en cine de fantasía y ciencia ficción. España.

**@VeronicaSuppo** Verónica Suppo. Periodista del diario Día a Día. Argentina.

**@victorianoí** Victoriano Izquierdo. Fotógrafo. España.

**@vigalondo** Nacho Vigalondo. Director de Cine. España.

**@whead** Mariano Wechler. Creador de Followers. Argentina.

**@wicho** Javier Pedreira. Blogger. España.

# Cuentas de Twitter de las publicaciones de Hipertextual

**@ALT1040** La guía del geek.

**@ALTFoto** El blog de fotografía de Hipertextual. ¡Apunta y dispara!

**@AppleWeblog** El medio no oficial de Apple en castellano.

**@Bitelia** Todo sobre software y la web.

**@CucharaSonica** Las nuevas tendencias en música y los últimos lanzamientos.

**@Ectia** Un amor poco natural por los videojuegos.

**@Extracine** Enlazamos al mundo del cine.

**@EternaBA** Eterna Buenos Aires: Apasionados por una ciudad inacabable.

**@Formula1actual** El minuto a minuto de la Fórmula 1 internacional.

**@Gizmología** Weblog de gadgets y tecnologías de consumo.

**@Gizmovil** Absolutamente todo sobre dispositivos móviles.

**@HiperPOP** Ningún famoso a salvo.

**@Monkeyzen** Toda la información sobre tendencias y estilo.

**@Motorfull** El mundo del motor en tu Twitter.

**@VivirMexico** Contamos el pulso de un país intenso.

**@Hipertextual** El canal en Twitter oficial de Hipertextual.

# Cuentas de Twitter del equipo de Hipertextual

**@alanlzd** Alan Lazalde  
**@amarazzi** Axel Marazzi  
**@amartino** Mariano Amartino  
**@ancalu** Andrés Caínzos  
**@andreskrey** Andrés Rey  
**@asdevargas** Anne-Sophie de Vargas  
**@barbarapvn** Bárbara Pavan  
**@bauerin** José Carlos Castillo  
**@BeckySantoyo** Becky Santoyo  
**@carloshinojosac** Carlos Hinojosa  
**@carlosrebato** Carlos Rebato  
**@cesarmuela** César Muela  
**@charlienovember** Charlie November  
**@charlmander** Charlie  
**@chayotux** José Luis  
**@comounfenix** Rebeca Sánchez  
**@danidmas** Daniel Dominguez  
**@danielmp** Daniel Muñoz  
**@danisnake** Daniel Perez  
**@daviddelpozo84** David del Pozo  
**@davidrubia** David Rubia  
**@dithern** Ernesto Gonzalo  
**@earcos** Eduardo Arcos  
**@elcerebrohabla** Álvaro Lopez  
**@eliasn** Elías Notario  
**@espacionblanco** David López  
**@hbetotb** Hugo Torres  
**@iBlogblog** Miguel Jorge  
**@ichelzu** Jackie Fonseca

**@inti** Inti Acevedo  
**@jackeltuerto** Luis M. Alvarez  
**@jjbranas** Jaime Brañas  
**@jjv** Juan J. Velasco  
**@jmgo98** Juan Manuel  
**@jonchojonchin** Francisco Delgado  
**@labelle\_nana** Ana Belén Pinto  
**@LuFer8** Fernando Barranzuela  
**@marilink** Marilín Gonzalo  
**@mcontreras** Manu Contreras  
**@mil\_I** Milagros  
**@nehuenmk** Nehuén Mingote  
**@pambolisucre** Natalia Borrell  
**@Paola\_Lane** Paola Mejía  
**@ReydelFeil** Ismael Flores  
**@SamuF1** Samuel Cerrato  
**@sebarh** Sebastián Herrera  
**@SinkDeep** Geraldine Juárez  
**@tvgerardo** Gerardo Torrealba  
**@weitxu** Dani  
**@wertygol** Fabián Golyński



# Cuentas de Twitter recomendadas de Telefónica

- [@aandreup](#) Alberto Andreu. Reputación y Sostenibilidad. España
- [@agomezpalacio](#) Alfonso Gomez. Presidente de Telefónica Colombia. Colombia.
- [@alisdaniela](#) Alis Daniela Torres. Cambio Climático. Ecuador.
- [@Aitor\\_goy](#) Aytor Goyenechea. Wayra boy.
- [@belen\\_izquierdo](#) Belen Izquierdo. Responsabilidad Corporativa. España.
- [@bloodymary](#) Paloma Castellano. Wayra girl. España.
- [@cameup](#) Carlos Marin. Movilforum, Telefonica Partner Program.
- [@carlosdomingo](#) Carlos Domingo. CEO de Telefónica I+D España.
- [@Davidsanbe](#) David. España.
- [@delossantos\\_h](#) Hugo de los Santos. Wayra. Latam, España y Europa.
- [@echomali](#) Eduardo Chomali. RRII Latam. España.
- [@Emlvera](#) Emilio Vera. Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa. España
- [@e\\_pumita](#) Eva Solans. Comunicación en Fundación Telefónica
- [@elenamsq2](#) Elena Peña Riquelme. Arte y Tecnología. España.
- [@FabianGPastor](#) Fabián García Pastor. RC y Sostenibilidad. España.
- [@ferrulo](#) Fernando Ruiz. Comunicación. Fundación Telefónica. España
- [@jmalvpal](#) José María Alvarez-Pallete. CEO de Telefónica Europa. España.
- [@jbggoode09](#) Pablo Rodríguez. Comunicación en Fundación Telefónica. España.
- [@joelovely](#) Josep Amorós. Wayra. España.
- [@juanmunguia](#) Juan Munguía. Educared. España.
- [@Linmvp](#) Gonzalo Martín-Villa. Wayraman. España.
- [@LuisRojo](#) Luis Rojo. Educared. España.
- [@madrid2day](#) Lourdes Tejedor. Responsabilidad Corporativa. España
- [@mnchurruca](#) María Nieto. RRII Latam. España
- [@pgonzalo](#) Pablo Gonzalo. Educared. España.
- [@ralphsus](#) Rafael Cobo. Educared. España.
- [@RebecaRenedo](#) Rebeca Renedo. Wayra. España
- [@saboridoandres](#) Andres Saborido. Wayra. Argentina.
- [@sandopen](#) José de la Peña. Debate y conocimiento. España.

**@santimunoz1969** Santiago Muñoz. Comunicación. Fundación Telefónica. España.  
**@succubika** Inma Guerrero. Proniño. España  
**@syromon** Sylvia Royo. Arte y tecnología. España.  
**@viccicleta** Victoria Cirujano. Administración. España.  
**@trinipa** Trinidad Pajares. Proniño, Fundación Telefónica. España.  
**@YamilSalinas** Yamil Salinas. Social Media, Argentina.  
**@ZequesVSM** Ezequiel Villajos. Comunicación. Fundación Telefónica. España.

**Twitter: 5 años**

Un ebook escrito por Bárbara Pavan, Elías Notario, Juan Jesús Velasco, Inti Acevedo, Miguel Jorge, Carlos Rebato, Eduardo Arcos y Marilín Gonzalo, bajo la dirección de Marilín Gonzalo.

**Hipertextual S.L. | Movistar (CC) 2011**

Bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento NoComercial 3.0