**TALLER DE TWITTER**

**PARTE TEÓRICA EN AULA**

1.- QUE ES ESTO DEL TWITTER

2.- ORIGEN Y EVOLUCIÓN EN ESPAÑA PARA VALORAR LA HERRAMIENTA EN NUESTRA PROFESIÓN

3.- PERFIL DE USUARIO DE TWITTER

4.- PARA QUÉ SIRVE EN NUESTRA PROESIÓN REALMENTE TWITTER EN NUESTRA PROFESIÓN

5.- ¿ QUÉ OBJETIVOS QUEREMOS TENER EN TWITTER?

6.- CONOCIMIENTOS BÁSICOS PARA NOVATOS

7.- VOCABULARIO BÁSICO DE TWITTER

8.- EMPEZAR A ESCRIBIR EN TWITTER

9.- POWER POINT TWITTER PARA UTILIZAR CON DESEMPLEADOS

**PARTE PRÁCTICA EN AULA**

10.- CONOCIMIENTO DE LA HERRAMIENTA DEL TWITTER

* Darse de alta en una cuenta
* Configurar su perfil
* Twittear y conocer su lenguaje y trucos
* Enviar mensajes
* Seguir a grupos y personas de interés para la profesión
* Localizar información de interés para nuestra profesión

|  |
| --- |
| **TWITTER** |

**1.-¿ QUE ES ESTO DE TWITTER?**

Twitter, que significa parlotear o trinar en inglés (de ahí que su logo sea un pajarillo azul muy tranquilo), es una inmensa red social que **tiene más de 150 millones de usuarios en todo el mundo y cuyo éxito se ha debido gracias a la brevedad de los mensajes**. Autolimitar la expresividad a solo 140 caracteres en principio es una limitación que puede parecer absurda, pero no lo es.

La necesidad de limitarse a 140 caracteres, obliga a los usuarios a **prescindir de los malos usos que aparecen en Facebook** (te-cuento-mi-vida-en-este-inmundo-e-infecto-párrafo gigantesco), e incita a concentrar la máxima expresividad en el mínimo espacio. No se hace pesado de leer, vamos. Y encima lees muchos tweets de gente en poco espacio de tiempo.

Al aumentar la longitud de los mensajes el tiempo necesario para leerlos y contestarlos puede multiplicarse exponencialmente. **La fluidez de las conversaciones en Twitter depende directamente del límite de caracteres**. Es cómodo y sigues a la gente que cuenta cosas de tu interés. Yo sigo a Paris Hilton compulsivamente ([@ParisHilton](http://twitter.com/ParisHilton)). Bueno, he dicho una mentira, pero 3 millones de personas sí lo hacen.

Nuestras madres nos decían que no hablásemos con extraños cuando éramos pequeños. Los extraños mejor si lo siguen siendo, para evitar sustos. Ahora resulta que cualquiera, te puede seguir y leerte. Puedes ser seguido y seguir a prácticamente cualquiera (aunque hay una minoría que protege sus tweets, una opción posible que nos da Twitter). **La parte buena es que esos desconocidos te proveen de información relevante en base a lo que quieres leer.**

**2.- ORIGEN Y DESARROLLO EN EL MUNDO . VALOREMOS LA IMPORTANCIA PARA SABER SI QUEREMOS ESTAR EN ELLA.**

[Twitter](http://www.muycomputerpro.com/2011/05/09/evolucion-twitter-desde-2006/) **cumplió años 6 años** [el pasado mes de marzo](http://www.muycomputerpro.com/2011/03/14/quinto-cumpleanos-twitter/). Sin embargo, el paso del tiempo no está haciendo mella en la red social. De hecho, abril resultó tan productiva como para cualquier empresa de social media.

En Marzo del 2006: Jack Dorsey crea Twitter. El 31 de marzo se publica **el primer tweet** que decía: “creando mi twttr”.

En Julio: El servicio de microblogging se lanza **oficialmente** al público el 15 de julio. A finales de mes, el co-fundador Biz [Stone](http://www.muycomputerpro.com/2011/05/09/evolucion-twitter-desde-2006/) explica en qué consiste Twitter en un divertido vídeo subido a YouTube.

 En muy poco tiempo, [Twitter](http://www.puromarketing.com) ha experimentado un crecimiento sorprendente y el número de usuarios que lo utilizan crece por segundos.

**No queremos extendernos en este curso sobre el origen, aunque es necesario hablar de ello para poder ver el potencial y decidir si lo vamos a utilizar en nuestra profesión y para qué**

**EVOLUCIÓN ES ESPAÑA**

Twitter casi duplica sus usuarios en España a lo largo de 2012. Las últimas cifras de Nielsen Netratings muestran como la red social **ha pasado de registrar 1,5 millones de usuarios únicos en diciembre de 2009 a alcanzar una audiencia de 2,8 millones de usuarios únicos en diciembre de 2011.**

La audiencia de Twitter es aún muy reducida en España si se compara con otras redes sociales. **Facebook le saca una diferencia abismal con 16,5 millones de usuarios** únicos en el pasado diciembre.

Pero el crecimiento de Twitter en 2010 en España resulta francamente remarcable ya que en un solo año **consiguió sumar 1,3 millones de usuarios únicos**, lo que equivale prácticamente al total de la audiencia que el pajarito de los 140 caracteres había logrado desde que en 2007 empezase a funcionar Twitter.com.

Twitter ha vivido dos grandes momentos en España como se puede ver en el gráfico. **El primer gran estirón se vivió en septiembre,** con la vuelta al trabajo después de las vacaciones de agosto, los internautas se lanzaron a probar Twitter que **ganó unos 600.000 usuarios únicos en un solo mes**.

Este enorme salto en la audiencia de Twitter en España sólo se explica por **el lanzamiento del botón oficial para webs y blogs en agosto**, de modo que se puede tuitear cualquier artículo o contenido que se está leyendo con sólo pulsar a un icono.

Esta novedad se acompañó del **lanzamiento del nuevo diseño de Twitter en el mismo mes de septiembre**. Estas innovaciones tuvieron más impacto en Twitter que el mismísimo Mundial de Fútbol de Sudáfrica, que [fue el segundo evento más tuiteado de 2010.](http://yearinreview.twitter.com/trends/)

Es más de junio a julio, Twitter en España vivió un aumento de la audiencia pero que en realidad sólo muestra una recuperación al llegar a los cerca de **dos millones de usuarios**, cifra que ya había registrado anteriormente en el mes de mayo.

Y es que Twitter ha seguido **una evolución totalmente irregular en España**. Con avances seguidos de retrocesos, que reflejan precisamente el hecho de que Twitter es percibido como una red difícil de usar y que es [una de las más abandonadas](http://blogs.lainformacion.com/twitter-blog/2011/02/22/twitter-la-red-mas-deseada-y-de-las-mas-abandonada/).

El otro gran estirón de audiencia coincide con las movilizaciones contra la ley Sinde y las filtraciones de Wikileaks.

En octubre, Twitter había vuelto a descender en cuanto a visitas y estaba por debajo de los 2,4 millones de usuarios únicos, pero su evolución en noviembre y diciembre es definitivamente ascendente hasta los **2,84 millones de usuarios únicos con los que ha terminado el año.**

**3.- PERFIL DEL USUARIO DE TWITTER:**

* **Se ha igualado la tendencia por sexos en el último año,**
* **La franja de edad mayoritaria se sitúa entre los 33 y 44 años, y en torno al 80% cuentan con estudios superiores.**
* **El  60% de los encuestados tiene relación con el mundo online y Social Media.**
* **Más de un 70%  maneja dos cuentas, una personal y otra profesional.**
* **Actividad en la red: la mayoría acceden varias veces al día y publican al menos un tweet al día, y permanecen menos de 30 minutos conectados.**
* **El 70% de los encuestados asegura que se conecta a través de su Smartphone.**
* **Contenidos: si en años anteriores destacaban los contenidos relacionados con el empleo, en la actualidad se igualan  a los contenidos informativos, Twitter crece como fuente fiable de información.**
* **El 80%  de los usuarios afirma no poder abarcar toda la información de su timeline, y por este motivo el 60% utiliza listas para organizar la consulta a la información.**
* [**Marketing en Twitter:**](http://www.fetenweb.com/redes-sociales-y-social-media) **El 63,4% señala que utiliza esta red como canal para recomendar productos y servicios, y casi un 62% lo utiliza también para compartir críticas o quejas.**
* **El 90 % reconoce seguir al menos alguna empresa, y el 68% manifiesta  que le gusta encontrar en la red a las empresas en las que confía.**

## 4.-¿ PARA QUÉ SIRVE REALMENTE TWITTER? USOS PRÁCTICOS PARA NUESTRA PROFESIÓN

Todos hemos notado que hay muchos usuarios de reciente registro en [Twitter](http://rosauraochoa.com/2009/04/12-usos-practicos-de-twitter/), y muchos de ellos lo exploran un rato para luego sentirse confundidos, tienen problemas para entender Twitter porque no encuentran una manera práctica de utilizar el micro-blog.

Esta confusión es muy normal, a casi todos nos pasa, considerando que empezamos sin seguir a otros usuarios, o a muy pocos. Varios usuarios abandonan Twitter después de poco tiempo de experimentarlo, desconcertados y aburridos, pero otros se quedan hasta encontrar por sí solos cual es el atractivo, cuales son los usos prácticos de Twitter, aunque muchas veces este sea un proceso de aprendizaje un poco lento.

Además, ¿Cuantos de nosotros no nos ponemos en aprietos cuando tratamos de explicar a otros que es Twitter y para que lo utilizamos? Quienes nos escuchan hablar de Twitter frecuentemente se quedan con la impresión de que se trata de un especie de [chat](http://rosauraochoa.com/2009/04/12-usos-practicos-de-twitter/) para perder el tiempo con personas que no conoces, y que es una red social que puede resultar atractivo solamente para los adolescentes.

**11 USOS PRÁCTICOS DE TWITTER EN NUESTRA PROFESIÓN**

**1.** **Saber las últimas noticias** internacionales, nacionales y en algunos casos locales

2.-**Conocer opiniones inmediatamente**.

**3**. Conocer a gente que vive cerca de ti**, con tus mismos intereses o que comparten tu profesión, gente con quien tendrás una retroalimentación que puede enriquecer tu vida personal y profesional.**

**4.** **Compartir** [**art**](http://rosauraochoa.com/2009/04/12-usos-practicos-de-twitter/)**ículos interesantes** que encuentres en la Web, contenidos relacionados a lo que tu profesión o de tus mismos clientes y socios.

**5**. Ir estrechando lazos con aquellas personas que hayas conocido en Twitter y que te parezcan más interesantes y valiosas, **con quienes luego se abren posibilidades de nuevos proyectos juntos.**

**6.** **Acudir a los eventos** publicados en Twitter

**7. Obtener ayuda a problemas técnicos**. A mucha gente le gusta ayudar en este medio

**8.** También es muy apreciable cuando tú auxilias a los demás.

**9. Aprovecha para informar de algo nuevo en tu sitio Web**, blog, o en tu empresa. A sus seguidores les interesa lo que haces, solo recuerda no ser muy invasivo.

**10.** Difunde casos de emergencia por parte del Ayuntamiento

**11.-Si tienes un servicio de asesoramiento a empresas o comercios, es muy interesante que conozcas que se suele utilizar también para Obtener descuentos**. Muchas empresas de todo tipo ofrecen descuentos para usar en el día vía Twitter. **Twitter es una excelente herramienta de promoción para las empresas.**

**5.- QUÉ OBJETIVOS QUEREMOS EN TWITTER** .Los objetivos dependerán de si se trata de una persona, compañía, producto o servicio sobre el que va a pesar la comunicación del perfil.

Objetivos perfil personal

→ Para construir mi propia marca personal.

→ Para destacar como experto en mi sector.

→ Para aumentar mi red de contactos profesionales.

→ Para mejorar mi reputación dentro de la empresa.

→ Para contactar con profesionales destacados de mi sector.

→ Para convertirme en una persona influyente dentro de mi sector.

→ Para aumentar los lectores de mi blog.

→ Para compartir mi experiencia profesional con otros usuarios.

Objetivos de un perfil de empresa

→ Para mejorar la reputación online.

→ Para ofrecer una imagen moderna de la compañía.

→ Para informar sobre nuevos lanzamientos de productos.

→ Para aumentar el tráfico del sitio web corporativo.

→ Para generar nuevos leads.

→ Para generar soporte técnico a los clientes.

→ Para solventar posibles crisis de reputación.

Objetivos de un perfil de producto o marca

→ Para mejorar la imagen de marca.

→ Para comunicar oertas especiales.

→ Para conectar con posibles nuevos clientes.

→ Para aportar valor a los usuarios mediante contenidos interesantes.

→ Para aumentar ingresos.

→ Para mantener informados a los clientes sobre novedades.

**6.- CONOCIMIENTOS BÁSICOS DE TWITTER PARA NOVATOS**

• **En qué consiste** Es un servicio gratuito que combina características de los sms, los blogs y la mensajería instantánea. Se trata de redactar y enviar micromensajes de texto de una longitud máxima de 140 caracteres, denominados tweets, que son vistos por los usuarios que te siguen. Y tu ves los mensajes que escriben la gente a la que sigues. El envío de estos mensajes se pueden realizar desde la página web de Twitter, un teléfono móvil o aplicaciones que se instalan en el escritorio del ordenador.

**ANTES QUE NADA 6 REGLAS EN TWITTER**

**Regla 1**: Twitter no es para chatear: Claro que no lo es, seguro que todos tienen un tuenti o un facebook en los cuales tienen un chat privado, twitter esta para comentar cosas cortas, pero no para aburrir a los seguidores.

**Regla 2**: Usa un buen vocabulario, ya que twitter es público y lo puede ver todo el mundo. Esto va dirigido sobre todo para la gente que se dirige a buscar trabajo y se cree que no le van a investigar, pero una de las primeras cosas que hacen es buscarle en las redes sociales y ver todo lo que pueden sacar de él, y si ven que no usa un buen vocabulario con toda su gente eso cuenta como un aspecto negativo, pero también se trata de dar un poco de ejemplo a los demás que leen tus tweets.

**Regla 3**: ¡No te excedas a compartir! Esta regla es parecida a la de no usar twitter como chat, a la gente no le interesa ver 20 tweets de una misma persona, ya que no solo quieren ver tus tweets, también la de todos los demás. Y he añadido el ejemplo de una persona que en menos de 10 minutosfue capaz de llenar mi pantalla de tweets.

**Regla 4**: No publiques información privada. Nunca incluyas direcciones u otros datos privados tuyos o de alguien más en un tweet. No añadas teléfonos, números contraseñas u otros datos que puedan usar para fastidiar a tu persona.

**Regla 5:** Trata a tus compañeros con respeto, Twitter tiene un ambiente divertido y relajado que proviene del respeto que la mayoría de las personas muestran unos a otros. Es decir, es para compartir opiniones. No para usarlas en contra de otras personas de una manera poco saludable. Añadir tweets respetuosos.

**Regla 6**: No pidas que te sigan ni te enfades públicamente si no lo hacen, es decir no sigas para que te sigan, si sigues a alguien es porque te interesa lo que escriben, no por intercambiar seguidores, para ello tienes que ganártelos escribiendo cosas que a ellos les guste.

• **Configuración de la cuenta y Registro** Para empezar, hay que ir a [Twitter.com](http://www.twitter.com/) y crear una cuenta. Como en cualquier registro, nos pedirán que rellenemos varios campos. El más relevante es elegir el nombre de usuario (puede ser el nombre de una empresa), porque será nuestra identificación en [Twitter](http://www.twitter.com/). Debe tener como máximo 15 caracteres y no puede estar repetido, por lo que hay que comprobar si el que nos gusta está disponible. Si no es así, se pueden buscar combinaciones con letras, números o guiones.

Configuración de la cuenta

Aparecen las pestañas que aparecen: Cuentas, Contraseña, Móvil, Notificaciones,Perfil, y Diseño.

Cuentas:Lo más destacable de este apartado es :

Ubicación de Tweets, da la posibilidad de añadir ubicación geográfica cuando mandas un tweet.

Privacidad, te va a permitir proteger tus tweets y que nadie al que no hayas dado tu consentimiento lo lea. Si quieres crear una comunidad, no debes activar esta opción, ya que conseguirás followers a través de que ellos puedan leer el tipo de tweet que envías.

Perfil:Lo que pongas aquí es lo único que se verá de ti en Twitter.

 Inicialmente, y siguiendo los pasos que [Twitter](http://www.twitter.com/) recomienda en el tutorial, antes de escribir el primer tweet conviene incluir una pequeña descripción de quiénes somos (con un límite de 160 caracteres), indicar dónde vivimos y subir una imagen (también conocida como **Avatar**) que nos identifique. Esta información ayudará a que los demás nos puedan encontrar y también se incluirá en el correo electrónico que recibe una persona para notificarle que empezamos a seguirle. Te recomiendo que pongas la ubicación, si tienes una web o un blog añádelo a Sitio Web.

Diseño:En esta sección podrás cambiar el fondo de pantalla de tu twitter, disppones dealgunos modelos y tienes la posibilidad de añadir tu propia foto (máximo de peso 800k).

**7.- VOCABULARIO BÁSICO DE TWITTER**

**CARACTERÍSTICAS MÁS RELEVANTES (en paréntesis, el término que se emplea en inglés)**

• **Nombre** Para identificarnos en Twitter, nuestro nombre de usuario va precedido del signo @. En mi caso sería @adlcarcaixent

• **TL:** Timeline o Tablón, donde visualizamos todos nuestros mensajes.

• **Siguiendo** **(following)** Usuarios a los que decidimos empezar a seguir. Cuando alguno de ellos escribe un mensaje o tweet, automáticamente aparecerá en nuestro tablón (también conocido como **timeline**)

• **Seguidores** **(followers)** Son aquellos que nos siguen porque les interesa lo que escribimos o aportamos. Cada vez que escribimos un tweet, lo ve en su tablón. Podemos seguir a un usuario pero éste no tiene por qué seguirnos, y viceversa.

• **Listas** Sirven para poder organizar a los que seguimos por temáticas, intereses… de forma que sea más sencillo seguir sus actualizaciones. Podemos seguir también listas creadas por otros usuarios; de hecho, curiosear en ellas es un buen método para encontrar usuarios afines a nuestros intereses.

• **Avisos** Cada vez que alguien empieza a seguirnos en Twitter recibiremos un correo electrónico con su nombre de usuario, la descripción del perfil y las cuentas comunes que ambos seguimos. Esto nos servirá también para saber si nos interesa seguirle.

• (HT# )**Etiquetas (hashtags)** Para poder seguir con mayor facilidad un tema, conversación o discusión existen las etiquetas, que puede crear o utilizar cualquier usuario. Basta con incluir el símbolo # delante de palabras, expresiones o temas. Por ejemplo [#crisis](http://twitter.com/#%21/search/%23crisis) si hablamos de la situación económica. Si alguien busca ese término en el cajetín de búsqueda, los tweets que contengan esa etiqueta aparecerán en los resultados.

• (TT) **Temas del momento (trending topics)** Índice formado por las etiquetas, términos o frases de las que más se está hablando en ese momento en Twitter, muy útiles para estar informado. Se puede elegir el país y la ciudad.

**8.- EMPEZAR A ESCRIBIR EN TWITTER**

• **Resumir** Los mensajes, que se escriben en el cajetín situado debajo de **¿Qué está pasando?** no pueden exceder de 140 caracteres, por lo que hay que ser conciso. A medida que vamos escribiendo, un contador situado debajo del cajetín, en la parte derecha, nos va indicando cuantos caracteres restan para llegar a ese número. Una vez escrito, pinchamos en el botón Tweet y se envía.

• **Privacidad** Cuidado: por defecto, todos los mensajes que escribimos son públicos. Sólo los ven quienes nos siguen, pero cualquier usuario con acceso a internet puede verlos.

• (DM) **Mensajes directos (direct message o DM)** Podemos mandar un mensaje privado, pero solo **a quienes nos estén siguiendo**. Y para que nos pueda contestar y establecer así una conversación, nosotros también debemos seguirle. Para ello, podemos ir a <http://www.twitter.com/messages> y seleccionar el usuario. Si ya conocemos la cuenta en Twitter de a quien queremos escribir un privado, lo más fácil es empezar el mensaje con una **«d»** (de directo) seguida del nombre de @usuario. Ejemplo: «d @adlcarcaixent me mandas tu último artículo?»

• **Alternativa a mensajes directos** Si alguien no nos sigue pero queremos mandarle un mensaje, la opción es empezar el tuit con su nick. De esta forma, el mensaje solo lo verán esa persona y los seguidores comunes que tengamos los dos. Es la solución “menos mala”. Ejemplo: «@adlcarcaixent  revisa tu correo, te he enviado un mail»

• **Borrado** Si enviamos por error un mensaje, se puede borrar. Hay que poner el cursor encima del texto que hemos escrito y nos aparecerá la opción para eliminarlo.

• **Menciones** Si queremos referirnos a alguien, es bueno utilizar el nombre de usuario que tenga en Twitter, precedido de la @. Y de igual forma si hablamos de una empresa o marca con cuenta en esta red. No hace falta seguirles ni que nos sigan para ello. Por ejemplo, «Interesante artículo de [@cesar\_casal](http://www.twitter.com/cesar_casal) en [@lavozdegalicia](http://www.twitter.com/lavozdegalicia)». Así, aunque a quien mencionemos no nos siga, verá en su tablón que hemos hablado de él. Eso también puede despertar el interés de esa persona y nos siga. Es una buena forma de darnos a conocer y de empezar a construir nuestra comunidad.

Si quieres que todos tus followers vean las menciones debes colocarlas en medio o al final del tweet.

Si colocas la mención al principio, solo aparecerá en el TL de la persona mencionada y aquellos que los sigan a ambos. Sin embargo si alguien va directo a tu perfil, puede leer absolutamente todo lo que has escrito incluyendo menciones de este tipo.

• **Direcciones web cortas** 140 caracteres dan para poco y las direcciones de las páginas web suelen ser largas, así que es difícil mencionar una dirección en un tweet. Para solucionarlo, surgieron páginas que que permiten acortan la url, como [bit.ly](http://bit.ly) o [goo.gl](http://goo.gl) Accedemos a alguna de ellas, pegamos la url original y automáticamente se convierte en una dirección con menos caracteres, que es la que copiaremos y utilizaremos en el tweet. Ejemplo: «Tertulia en [@vtelevision](http://www.twitter.com/vtelevision) sobre internet <http://bit.ly/fJzso4>»

• **Enlaces en los mensajes** Si en el texto vemos un @usuario y pinchamos sobre ese término, accederemos a la página de ese usuario. Si hay una dirección web (empieza por http://) y clickamos sobre ella, nos dirigirá a una página con la información a la que hace referencia el mensaje.

**POSIBILIDADES CON LOS MENSAJES QUE RECIBIMOS DE LOS USUARIOS A LOS QUE ESTAMOS SIGUIENDO**

• **Favoritos** Permite archivar los mensajes que nos parezcan más interesantes.No son tus usuarios de twitter favoritos, son tweets que te gustaron al leerlos y se quedan guardados en tu perfil.

• **Responder** Podemos responder a un usuario tras leer su tweet. La aplicación pone el nombre de ese usuario precedido de la @, para que le llegue nuestra respuesta.

• **Retweetear** Es como se denomina el difundir entre nuestros seguidores un mensaje de nuestro tablón, conservando su contenido.

**ABREVIATURAS MÁS COMUNES**

La limitación de 140 caracteres ha provocado que se empleen abreviaturas para poder contar más con menos palabras
• **TW:** Twitter.

• **RT:** Retweetear. Si un mensaje queremos retweetearlo  pero añadiendo nuestros comentarios, usamos RT.

Todo lo que escribas estará visible para todo el mundo, a excepción de que coloques candado a tus Tweets, de ser así, solo aquellos a quien autorices pueden seguirte y ver lo que escribes. El problema con colocar candado radica en el hecho de que si alguien no te sigue, aunque tu le hagas una mención, no servirá de nada, ya que no podrá verlo.

• **TT:** Trending Topics o Temas del Momento. De lo que se está hablando más en Twitter.

• **#FF:** Follow Friday o Sigue en Viernes. Es una etiqueta para recomendar tuiteros que destacamos por alguna razón. Para no estar llenando nuestro TL de recomendaciones, se suele agrupar en un tuit y se manda los viernes.

• **/cc:** Con Copia. Lo usamos para informar a alguien que hemos escrito un tuit que hace referencia a él o sobre un tema que le puede interesar.

# PAUTAS PARA ESCRIBIR LOS MENSAJES EN TWITTER

El límite de 140 caracteres de [Twitter](http://blogs.lavozdegalicia.es/gugleando/2011/02/23/manual-para-principiantes-en-twitter-primeros-pasos/) conlleva que a veces resulte complicado expresarse, por lo que es conveniente utilizar unas pautas para sacar el máximo rendimiento a los tuits:

• **Que el mensaje no llegue a los 140 caracteres**, para facilitar el RT a los que les haya interesado la información. Debajo del cajetín de escritura se muestra cuántos caracteres restan para llegar al límite.
• **Mencionar a las personas, instituciones o empresas** a las que hagamos referencia en el mensaje con su nick de Twitter (@nombre). Así los implicados saben que se les ha nombrado y nuestros seguidores pueden pinchar sobre «@nombre» para obtener más información sobre ellos.
Ejemplo:  Leo en [*@lavozdegalicia*](http://www.twitter.com/lavozdegalicia) que [*@lmisa\_fw*](http://www.twitter.com/lmisa_fw) ha organizado unas jornadas sobre marketing y redes sociales. Estarán [*@dseijo*](http://www.twitter.com/dseijo) y [*@encinar*](http://www.twitter.com/encinar)

• Si hablamos de un tema o cuestión del que se puede **ampliar información en Internet**, publicar la página web, acortando la dirección en servicios como [http://bit.ly](http://www.bit.ly) o <http://goo.gl>.
Ej: Zapatero: «Dar una casa para saldar la deuda arriesgaría la solvencia de la banca» [*http://bit.ly/hRQqnv*](http://bit.ly/hRQqnv)

• Utilizar las **etiquetas (#) para los términos relevantes**. Permitirán que nuestra información llegue a quienes no nos siguen pero sí buscan contenido con esos términos. Las palabras con etiqueta tienen enlace y si pinchamos sobre ellas se nos abrirá una ventana donde se  muestran los últimos tuits que hacen referencia a esos términos
Ej: El Reino Unido da por destruida la aviación de #Gadafi tras lanzar más de 100 Tomahawks #libia #ultimahora #otan #guerra

• **Emplear las abreviaturas más habituales que antes hemos mencionado**:

• **Que el tuit sea entendible por sí mismo**. A veces la falta de espacio provoca que al responder o retuitear nuestro mensaje sea difícil de comprender.  En ese caso hay que incluir, por lo menos, parte de la información a la que hace referencia, para que quienes no hayan leído el mensaje del que proviene el comentario sepan a qué atenerse.
Ej: ¡Me apunto! RT [*@nafuente*](http://www.twitter.com/nafuente) Entradas para Jerez [*http://bit.ly/hR0Igc*](http://bit.ly/hR0Igc)

# 9.- POWER POINT TWITTER

**10.- CONOCER LA HERRAMIENTA DE TWITTER. ( PARTE PRÁCTICA EN AULA)**

**ESTA PARTE SE DARÁ TOTALMENTE PRÁCTICA EN EL AULA, DE TAL MANERA QUE LOS ALUMNOS APRENDERÁN:**

* Darse de alta en una cuenta
* Configurar su perfil
* Twittear y conocer su lenguaje y trucos
* Enviar mensajes
* Seguir a grupos y personas de interés para la profesión
* Localizar información de interés para nuestra profesión