

140 caracteres

Guía Twitter para museos
e instituciones culturales

1) GLOSARIO:

- **"Tweet"**: se denomina así en Twitter a los mensajes de hasta 140 caracteres que componen esta red social. Es también habitual denominarlos "tuits":

Tweets Tweets y respuestas Fotos y vídeos

Museos del Uruguay @MuseosUruguay · 42 min
El [#MuseoVivoDelTítere](#) presenta mañana martes a los ganadores del concurso de textos de teatro:bit.ly/1qOVD6a



- **"Seguidor"/"Seguir"**, (en inglés FOLLOWER y FOLLOW"): Hablamos de "seguir " cuando queremos leer todo lo que publique una cuenta de Twitter. Cuando leemos a alguien que nos interesa, le damos al botón "seguir" y sus tweets aparecerán desde ese momento en nuestro TL (ver más abajo). Atención: Twitter no es Facebook y el seguimiento no tiene por qué ser recíproco, así que no debemos quedar decepcionados si seguimos a alguien y esta cuenta no hace lo mismo.



- **"Timeline"**, abreviado como TL, es la serie de tweets que aparece en nuestro twitter para leer en orden cronológico de publicación, formada por las cuentas que estamos siguiendo:



- **"Retweet"**, consiste en replicar un tweet de otra persona desde nuestra cuenta. Lo hacemos porque nos resulta interesante y queremos difundirlo:



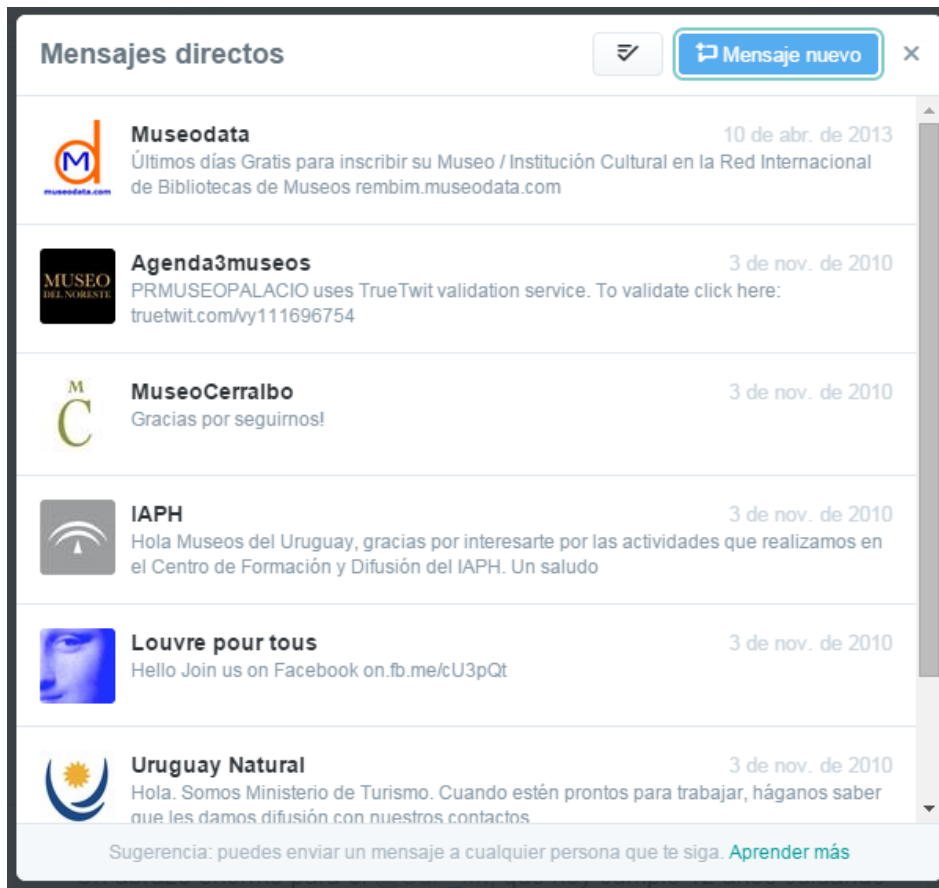
De esta forma conseguimos hacer llegar a nuestros seguidores un mensaje de alguien a quien seguimos nosotros. Es la manera más habitual de relacionarse. Un RT no significa forzosamente que estés de acuerdo. Ojo: está MAL VISTO pedir que te retuiteen, sobre todo a cuentas "grandes". Te harán RT si ven qué es interesante. No lo pidas nunca. En todo caso, puedes citar para que lo vean y ya. Ejemplo: "Hola, @MuseosUruguay, presentamos #ExposiciónMinas mañana(LINK+Foto)"

- **HT o "Hashtags"**, en español etiquetas: son palabras clave que identificamos mediante el símbolo numeral: ('#') dentro de un tweet. La acumulación por parte de distintos usuarios de un HT sirve para medir la popularidad de un tema concreto. Los HT's más citados pasan a ser Trending Topic (Ver debajo)

Ejemplo del uso de etiquetas (o "Hashstags") en un tweet.



– **DM:** direct message, ‘mensaje directo’. “Te he enviado un DM” es la manera de indicar a otro usuario que tiene un mensaje privado. Recuerda que para poder hacerlo, tienen que seguirse mutuamente:



– **TT: trending topic**, ‘tema del momento’. Es el índice de popularidad básico en Twitter, y lo forman los temas más usados por los usuarios en cada momento. Pueden ser palabras sueltas, grupos de palabras (dos) o etiquetas (hashtag) que comienzan con el signo numeral (#). Atención: Twitter no recoge los TT’s para Uruguay. La opción más cercana es Argentina, pero existen páginas como www.trendsmap.com que permiten una visualización de las etiquetas más mencionadas en Uruguay.

A continuación presentamos la visualización para los TT's desde Twitter, con Argentina como referencia:



Y estos, en cambio, son los TT's específicos para Uruguay usando Trendmaps:



- **CC: carbon copy:** Término con el que denominamos la doble C que ponemos en un tweet seguido de la dirección de un usuario determinado cuando queremos asegurarnos de que este vea nuestro texto:



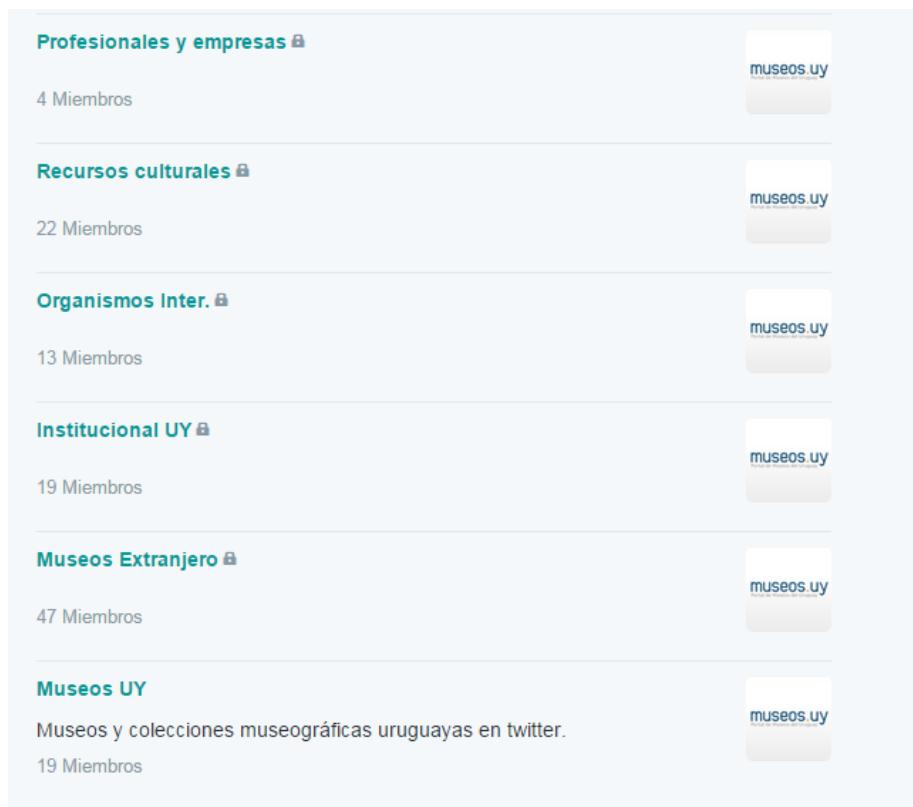
- **FF: follow friday.** Una tradición en Twitter es recomendar los viernes a quién seguir. Es recomendable no recomendar más de uno o dos por viernes y añadir los motivos por los que hacemos nuestra recomendación



– **Vía:** cita expresamente a un usuario por el que hemos conseguido la información. Suele colocarse al final del tuit y puede abreviarse como V/:



- **Listas:** Son listados de usuarios que se hacen agrupando diferentes cuentas según temas. Es la manera más fácil de visualizar rápidamente un asunto concreto en Twitter. Las listas pueden ser privadas (solo las ve el usuario que las creó, y en ese caso aparecen con un candadito) o públicas (sin candadito y permite a otros usuarios verlas y suscribirse a las mismas para acceder a su contenido).



Presionando en la última (“Museos UY”), la vemos desplegada. Es como un TL reducido a los usuarios que integran la lista:

Tweets

 **MEC Uruguay** @MEC_Uruguay · 8 min
[VIDEO] Compartimos los resultados de las Jornadas Nacionales de Trabajo para el Teatro 2014 goo.gl/3aT0pS
youtube.com/watch?v=lyxXPL...
[Ver contenido multimedia](#)

 Cabildo de Mvd ha retwitteado

 **Bombachas de autor** @underpoch · 2 h
Bieeeeeeen! (@ Cabildo in Montevideo) swarmapp.com/c/4XtjYUv7Zul



  4  5 

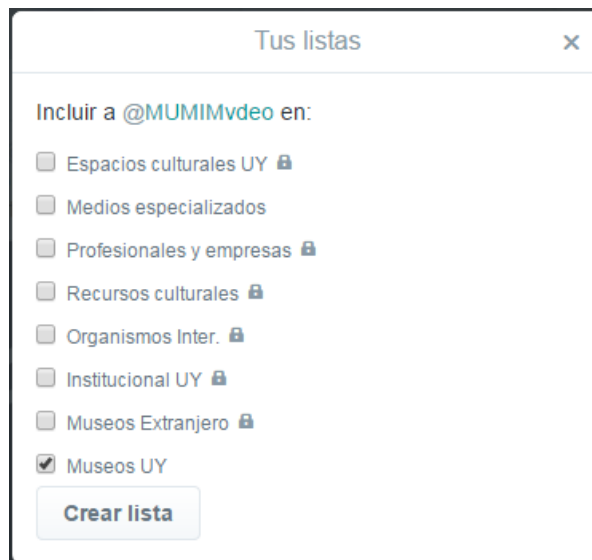
 **Cabildo de Mvd** @CabildodeMvd · 31 min
Hoy a las 16hs, se inaugurarán las obras de restauración de la envolvente del Cabildo! | cabildo.montevideo.gub.uy/node/14/edific...

[Abrir](#)

Para generar una lista, tan solo tenemos que, en el perfil de la cuenta que queramos añadir, presionar en la ruedita dentada que aparece al lado del botón de seguimiento, y una vez allí, en “Añadir o quitar de las listas”:



Entonces aparecerán las listas que ya tengas creadas o, si no tienes ninguna, la posibilidad de generar una lista nueva:



Si creamos una lista nueva, tendremos que ponerle un nombre, una descripción y decidir si es pública (la verán todos los usuarios, nos sigan o no) o privada (tan solo la veremos nosotros). Una vez creada, le daremos a “Guardar lista” y quedara pronto:

2) Recomendaciones:

Hay que tener en cuenta que el funcionamiento de Twitter es más complejo que el de Facebook. En primer lugar hay que tener en cuenta que en esta red social todo es público. No existen opciones de privacidad y por lo tanto no es adecuada para conversaciones personales.

Además, es necesario abandonar la lógica de relación en base a amistades que rige en Facebook. En Twitter seguimos y somos seguidos en base al interés que tenga la información que difundamos. Esto implica que es habitual seguir a una cuenta determinada, pero que la misma no nos siga a nosotros. No hay que tomarlo como algo negativo: es normal y aceptado

La característica más evidente de Twitter para los que estamos empezando es su límite de 140 caracteres. Esta restricción de espacio garantiza dinamismo y brevedad, pero hay cambio requiere de cierta práctica para poder condensar nuestro mensaje. Además, hay que tener en cuenta que, siempre que sea posible, añadiremos una imagen y un link (normalmente a nuestra página web) dentro del tweet. La consecuencia es que Twitter funciona como herramienta para dar noticias que ocurran en el momento, o para referir a espacios (web, Facebook) donde podamos explayarnos más, pero no es un espacio de análisis o narración.

Esta red, además, precisa de un lenguaje determinado: más que un “lugar”, como Facebook, es un “momento” determinado. Hay que intentar interactuar con aquellas cuentas que nos planteen dudas o aportaciones y debemos procurar encontrar el equilibrio entre la institucionalidad necesaria en una cuenta que representa un organismo abierto al público con la agilidad y la frescura precisas para funcionar adecuadamente.

Por último, Twitter se aprende tuiteando. No hay que tenerle miedo y descubriremos, con la práctica, que constituye una potente herramienta para difundir nuestras actividades y tener una mayor cercanía con nuestros públicos.

3) Descripción Básica:

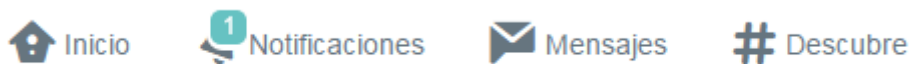
.- Estructura del Tweet: Lo ideal es que nuestros tuits incluyan una imagen, uno o dos hashtags o etiquetas y, muy importante, un enlace a nuestra web o nuestro Facebook. No olvidemos que nuestro objetivo es lograr que nuestros usuarios conozcan los recursos que ofrecemos en la web, ya que este es el espacio que nos permite albergar información de manera más extensa y detallada:



En Twitter hay 4 pestañas: Inicio, Notificaciones, Mensajes (anteriormente conocida como @Conecta), y #Descubre.

- Botón Inicio

Muestra todos los tweets tuyos y de las personas que seguimos por orden cronológico. Tendremos además la lista de Trending Topic en la localización geográfica que hayamos elegido en la configuración de nuestra cuenta y una serie de recomendaciones, en la parte derecha, de cuentas a las que seguir.



- Botón de Notificaciones

Notificaciones nos permite acceder a la esencia de Twitter: la interacción con otros perfiles. Veremos las veces que se han retuiteado nuestros tweets y las menciones que se refieren a nosotros en otros tweets. Se recomienda comprobar esta sección siempre que aparezca la notificación de que existe una nueva interacción (visible en forma de número sobre el icono de la campanita, como figura en la imagen superior).

- Botón Mensajes:

Con él accedemos al único ámbito privado de Twitter: los mensajes directos (o MD, por direct message) que enviamos o nos envían. Atención: para poder mandar un mensaje directo, debe seguir al usuario y éste debe seguirte a ti. Si no, no podrás enviárselo o recibirlo.

- Botón # Descubre

En esta pestaña podremos acceder a las historias más relevantes dentro de un grupo de usuarios compuesto por aquellos a quienes nosotros seguimos, a los que siguen aquellos que nosotros seguimos y nuestros seguidores.

Aparte, vemos en la parte superior derecha tres campos:

- Campo de búsqueda: permite introducir nombres de usuarios (precedido por@), etiquetas (palabra precedida de #) o términos sobre los que hacer nuestra búsqueda.
- Botón de cuenta: tendrá nuestra foto institucional y nos permite acceder a la configuración de nuestra cuenta.
- Botón “Twittear”: pulsándolo se abre una ventana donde introducir nuestro tweet.

Buscar en Twitter



 Twittear

Esta Guía ha sido elaborada en el marco del proyecto Sistema Nacional de Museos de la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura (Uruguay).

Proyecto Sistema Nacional de Museos

Javier Royer
Coordinador

Ana Cuesta
Asistente de Coordinación

Jorge Castrillón
Asistente de Coordinación

Montevideo, diciembre 2014