



# Construyendo el Tuit perfecto

En este texto se recopila información de expertos sobre la red social Twitter. En las líneas que siguen podremos identificar los términos, principios y prácticas que pueden permitirnos crear el Tuit perfecto: que involucre al público, que abone e influya en la discusión y que permita que otros redistribuyan el contenido.

**Recopilación** Marco Carlos Avalos [@marcocar](#)

**Twitter** (pronunciación AFI ['twɪtər]) (NYSE: TWTR) es un servicio de microblogging, con sede en San Francisco, California, con filiales en San Antonio (Texas) y Boston (Massachusetts) en Estados Unidos. (Wikipedia)

Definición de Twitter - Qué es, Significado y Concepto. Twitter, un término inglés que puede traducirse como “gorjear” o “trinar”, es el nombre de una red de microblogging



Diccionario de la lengua española | Edición del Tricentenario

Consulta posible gracias al compromiso con la cultura de la



**tuitear** [Conjugar](#)

1. intr. Comunicarse por medio de tuits.
2. tr. Enviar algo por medio de un tuit.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados





## 1. Terminología

---

- **Tweet (tuit):** Cada una de las entradas, de menos de 140 caracteres, que escribimos en twitter. Sería como un post en un servicio convencional de blogs.
  - **Retweet (retuit o RT):** cuando vemos un tweet que nos resulta interesante podemos reenviarlo para que lo lean nuestros seguidores.
  - **Direct message (DM):** mensaje directo o mensaje privado, cuando enviamos un DM sólo la persona a la que se lo dirigamos y nosotros podremos leerlo. También puede enviar un DM poniendo la letra d delante del nombre de usuario al que queremos enviárselo.
  - **Timeline (TL):** línea del tiempo o bien de un usuario o de todos los que sigue el usuario en cuestión.
  - **@:** mediante el símbolo arroba delante del nombre del usuario estamos citando a dicho usuario. De esta manera recibirá en su TL una notificación que indica que ha sido citado.
  - **Pin to your profile page:** En el ícono “...” aparece este texto cuya función es enviar dicho Tweet hasta el inicio de tu página de perfil.
  - **Trending Topic (TT):** tema de actualidad en el momento en twitter.
  - **Hashtag (#):** sistema de marcado en twitter, al poner el símbolo # delante de una palabra la habremos etiquetado y servirá para determinar los temas más tratados o TT en la aplicación.
  - **Following:** como su propio nombre indica son los usuarios que sigues en twitter.
  - **Follower (seguidor):** cada una de las personas que nos sigue en twitter.
  - **Follow Friday (#FF):** hashtag o tema del momento que se ha convertido en una costumbre en twitter. Los viernes se coloca el citado #FF y el nombre de una persona que durante la semana haya podido destacar. De esta forma se nombra honoríficamente como usuario destacado de la semana para ti.
  - **Tweetup:** reunión de twittereros, bien en persona, bien "on line".
  - **Twitcam:** sistema que permite a los usuarios de twitter ver a la otra persona mientras se escriben comentarios en la aplicación sobre el tema que se esté tratando.
  - **Seguir (Follow):** seguir a una persona en twitter.
  - **Dejar de seguir (Unfollow):** dejar de seguir a una persona en twitter.
  - **Reply:** responder directamente a la persona del tuit en cuestión.
  - **Favorito:** sistema de marcado de tuits que indica que ese mensaje en cuestión te gusta.
  - **Feed:** Un "feed" es cualquier lista de Tweets u otras publicaciones que se actualizan constantemente, en general organizado cronológicamente con las actualizaciones más recientes en la parte superior. Casi cualquier página en Twitter incluye una secuencia; tu página de inicio es un "feed" de Tweets de las personas que sigues, tu página de perfil es un "feed" de tus Tweets y los resultados de búsqueda de Twitter son "feeds" de Tweets que contienen los términos buscados.
- Twitter Cards:** Son un formato enriquecido para los tweets, que permite a modo vista previa mostrar información multimedia del mismo con título, resumen, autor e imagen, lo que lo hace más atractivo a la vista del usuario.

**ACTIVIDAD:** Identifica la terminología. En tu cuenta de Twitter busca cada elemento e imprime la pantalla y pégala en un documento de PowerPoint, agregando flechas que señalen cada elemento.



## 2. Planea e investiga

Para que tu actividad en Twitter sea efectiva y enganche al público, mide su impacto y experimenta para encontrar el mejor ritmo y tiempo de publicación: Revisa cómo ocurre el decaimiento de tus publicaciones en Twitter para identificar aquellos elementos que te permitan ganar más involucramiento con tu público, durante un período de tiempo más largo. Por último, la composición de los Tuits (uso de imágenes, #hashtags, enlaces, llamados a la acción – CTA-) permitirá un mayor impacto de tus Tuits. Contéstate a ti misma(o) las siguientes preguntas:



### ¿Quién es el público al que voy dirigido?

Para que un Tuit sea efectivo, debe tener claro el tipo de público al que desea llegar. Por ello esto debe estar claro antes de enviar un mensaje en Twitter.

### ¿Qué tipo de contenido consume/desea mi audiencia y a qué tipo de contenido va a responder?

- Blog
- Sitio web
- Perfil de Facebook
- Noticias/RP
- Involucramiento
- Promocional/Ofertas/Campañas
- Involucramiento en vivo (Por ejemplo discusiones en Twitter)

### **¿Qué espero obtener?**

De forma realistas ¿Que deseo obtener de una cuenta de Twitter?

- Conocimiento de la marca
- Acercar al público
- Publicidad
- Vender un producto o idea
- Provocar una reacción que derive en algo (compras, manifestaciones, mensajes)

### **¿Cómo voy a medir el éxito?**

- Por el involucramiento del público
- Seguidores
- Ventas
- “Likes”

### **¿Quién está en la red de Twitter?**

Se refiere a aquellos actores que tienen propósitos similares: organizaciones, competidores, etcétera, que se encuentran en el ámbito de nuestros intereses.

- Competidores
- Líderes
- Competencia fuerte
- Defensores

### **¿Puedes unirte o contribuir a la conversación o debate que se presenta en Twitter?**

Al revisar los contenidos de competidores, líderes de opinión, etcétera, que hablan sobre nuestros temas de interés, es posible que podamos identificar conversaciones, debates y discusiones en las cuales podamos intervenir con un punto de vista novedoso, o con información. Hacer esto, puede derivar en seguidores o en retuits de nuestro contenido.

### **¿Cuántos recursos vas a dedicar a Twitter?**

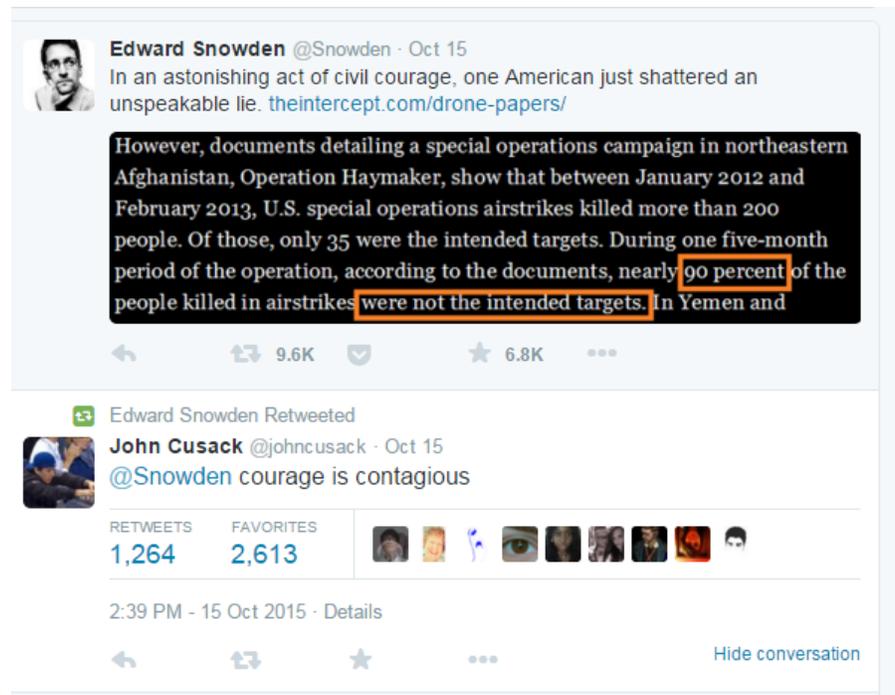
Si esperas tener más de uno o dos Tutis al día, así como otras formas de buscar involucramiento del público, necesitarás permitir a tu administrador de medios sociales (social media manager) que tenga más tiempo para trabajar o que se dedique a ello por tiempo completo.

### ¿Quiénes te siguen?

Si bien crear un Tuit perfecto es importante, lo es también crear una base de seguidores que lean dichos Tuits. Esto puede implicar una red, la cual, lo que hace es enlazar, crear vínculos donde tu mensaje y contenido puede ser distribuido.

Una forma de crear seguidores es seguir a aquellas personas, líderes de opinión, personas que influyen a otros y público que se involucra en debates y conversaciones ligadas al contenido y mensaje que queremos distribuir. Igualmente, seguir y mencionar a personas que en su cuenta de Twitter han publicado contenido con temas similares a los tuyos. Recuerda que en Twitter, el vínculo entre los miembros de la red parte del tema, los tópicos que contiene el contenido que publicas.

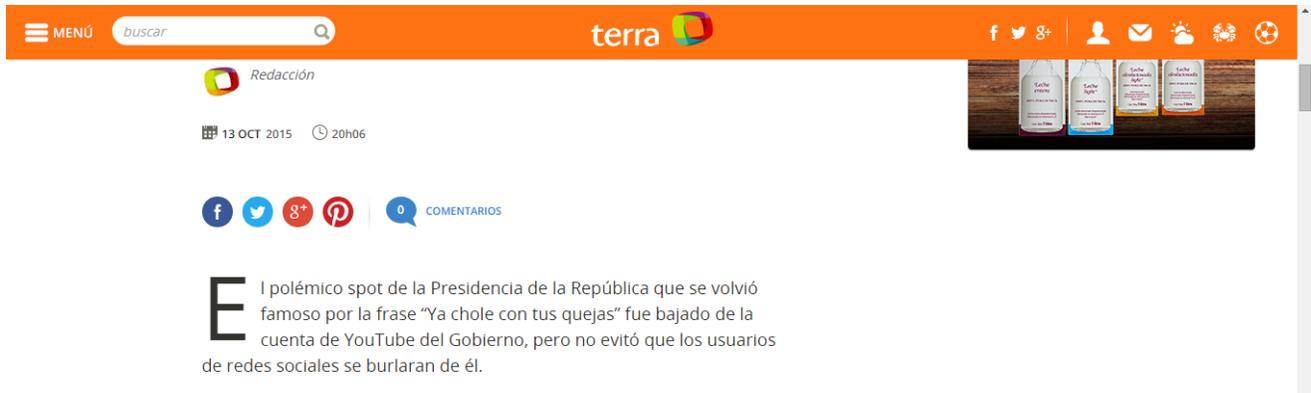
Sigue personas que sean relevantes a estos temas y si alguien te sigue a ti y sigue a dicha persona si lo que publica es relevante para los temas y contenidos que publicas pues este seguidor puede compartir con su propia red lo que tú publiques en la cuenta de Twitter.



En el ejemplo, el actor John Cusack menciona a @Snowden y éste re tuitea el Tuit de John Cusack. De esta forma el Tuit original sigue estando activo y permite que se comparta en las redes de diversas personas.

### Aprovecha sitios web, blogs y otras redes sociales

Aunque utilices tu cuenta de Twitter, en tu perfil agrega enlaces a los demás medios sociales que utilices, como blogs, página web, Instagram, Facebook. Siempre busca promover tu contenido y busca que otros lo promuevan, facilitando que sea publicado en otras redes sociales. En el ejemplo, el sitio web Terra agrega iconos de todas sus redes sociales, tanto para compartir el contenido, como para buscar que su pública añada al sitio como contacto en sus perfiles de redes sociales.



### Frecuencia

La frecuencia puede ser determinada por la cantidad de contenido que deseas distribuir, el comportamiento de la audiencia y los tópicos de actualidad que se discutan (en inglés se le denomina hype). Por ejemplo, si quieres promover algún producto o asociación deportiva, puedes aprovechar eventos deportivos que se discutan en vivo en Twitter para buscar que vean tu contenido, utilizando menciones, hashtags y enlaces.

### Herramientas

Es posible, por ejemplo, programar los Tutis para que se publiquen en determinados días y horas. Hay herramientas como Buffer, Sprinklr, CoTweet, HootSuite and TweetDeck. Algunas de estas herramientas son gratuitas, como Buffer. Estas herramientas publican no sólo en Twitter sino en otros medios sociales como Facebook, Instagram o Pinterest y ofrecen el servicio de publicar el Tuit también en dichas plataformas al mismo tiempo. Lo ideal es que escribas el mensaje de acuerdo al canal y al tipo de red.

**ACTIVIDAD:** Selecciona un tópico que se encuentre dentro de tu ámbito de interés (causas, productos, hobbies, etcétera) y contesta las preguntas que aparecen al inicio de esta sección en una hoja de word.



### 3. Principios básicos para construir el Tuit perfecto

#### 1. Tuitea en el momento indicado para el tráfico del sitio

¿Cuál es el mejor momento para tuitear? Depende del tipo de público al que desees llegar. Por ejemplo, si vendes algo relativo al público que ve partidos de fútbol, entonces el tiempo ideal puede ser durante partidos de baloncesto o noticias importantes relativas a éste o relacionadas a éste.



Este tuit fue publicado cuando uno de los *trending topics* (TT) en Twitter a nivel global era #johanCruyft y la noticia relativa a su enfermedad de cáncer en el pulmón. Observen el número de re tuits en la parte inferior izquierda de la imagen.

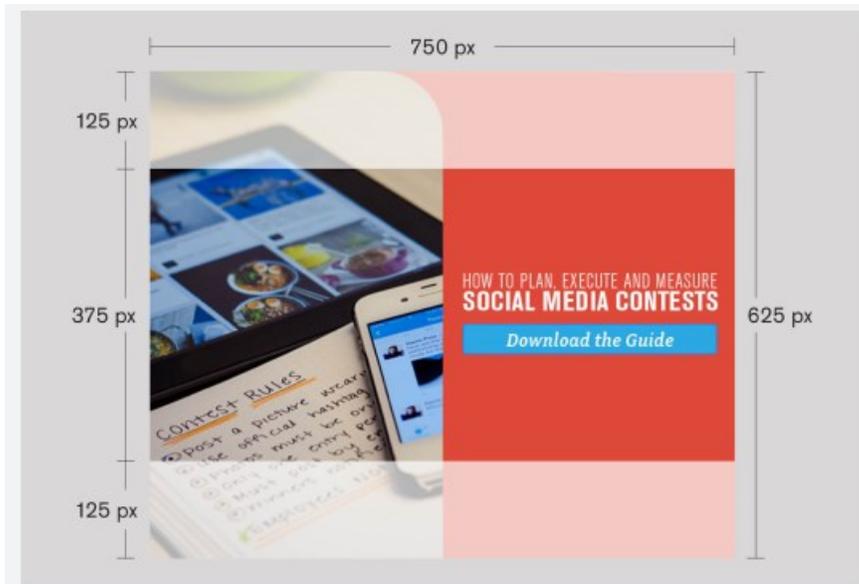
#### 2. Comparte enlaces con fotos

Las publicaciones con fotos tienen una mayor posibilidad de involucramiento que los Tuits que solamente tienen texto.



### 3. En las fotografías el tamaño importa

Utiliza el aspecto que solicita Twitter para publicar imágenes:



### 4. Utiliza hashtags y enlaces juntos

Tuits con hashtags y enlaces superan a los Tuits que sólo tienen uno u otro.



5. Proporciona una invitación clara para que el lector actúe.

A esto se le llama CTA (Call for Action: llamado a la acción). De acuerdo a la compañía de medición de impacto en medios sociales Simply Measured, un Tuit con un claro CTA incrementa en un 35% sus posibilidades de lograr un involucramiento con la audiencia.



6. Mantén activa la cuenta de Twitter

Las cuentas que tienen un mayor porcentaje de involucramiento con su público son aquellas que envían entre 1 y 5 tuits por día.



## 7. Utiliza imágenes

Publica las fotos directamente en Twitter (en lo posible, evita publicar desde sitios externos). Twitter publica las fotos y las ajusta en tu publicación de forma que luzca bien.



Ejemplo 1: La fotografía se subió directamente desde el portal de Twitter y por ello no aparece recortada. El software de Twitter lo ajustó a sus parámetros.



Ejemplo 2: La fotografía se subió desde otra plataforma y no está ajustada a las medidas de Twitter. Por ello, aparece recortada y no se aprecia en su totalidad.

## 8. Evita sobrecargar de #hashtags los tuits

Los Tuits con más de 2 #hashtags tienen un 32% menos de involucramiento con tu público. (según Simply Measured)



Observa cómo, después de 9 minutos, este Tuit no tiene respuesta. Es posible que la sobrecarga de hashtags y la carencia de otros medios (foto o video) pudieran influir en la baja relevancia e involucramiento que tiene.

## 9. Consiguiendo seguidores

Involucra a tus colegas. Tus amigos que se encuentran en Twitter pueden promover tu contenido, mencionarte, retuitear, etcétera. En un principio, eso puede ayudar a que tu cuenta crezca.



#### 4. Anatomía de un Tuit

Los elementos básicos de un Tuit son los siguientes:

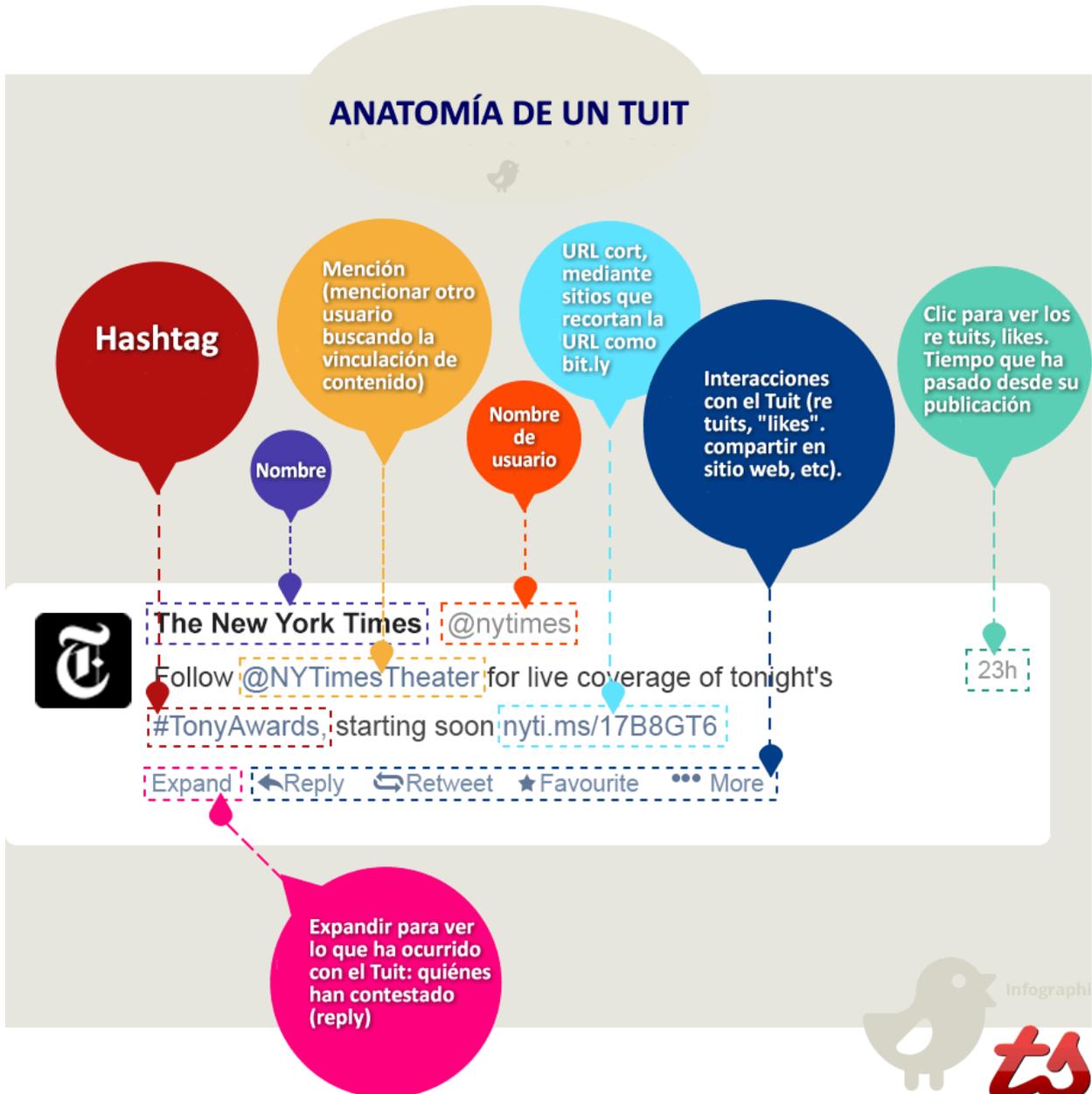


Imagen adaptada de [Ad Week](#)

### Elementos de un Tuit

- **Texto:** Un Tuit te da espacio para escribir 140 caracteres (incluyendo espacios). Lo ideal es que mantengas el número de caracteres en o menor a 110. Esto permite que tengas espacios para enlaces, imágenes, #hashtags y @menciones.
- **Enlaces:** Permiten un llamado a la acción (CTA) pero ocupan espacio. Utiliza servicios para reducir el tamaño de la URL de un enlace para reducir el número de caracteres que ocupan los enlaces, como tinyURL, bit.ly u otros servicios que existen en la web.
- **Imágenes y fotos:** las imágenes y fotos también cuentan como caracteres. Por cada imagen y foto, Twitter ocupa 23 caracteres que no pueden usarse en el mensaje de texto. Las imágenes son una forma de captar la atención muy efectiva. Toma en cuenta que al dar clic a una foto, Twitter permite que ésta se vea más grande, por lo cual la calidad de la imagen debe ser buena.
- **Video:** Es posible incrustar videos en Twitter. Los videos que funcionan mejor son los que provienen de Youtube, Vimeo y Vine. Twitter empotra los videos cuando se agrega el enlace de éste en el cuerpo de un Tuit.

**ACTIVIDAD:** Identifica los elementos de un Tuit en la imagen de abajo. Imprime la hoja para realizar la actividad.

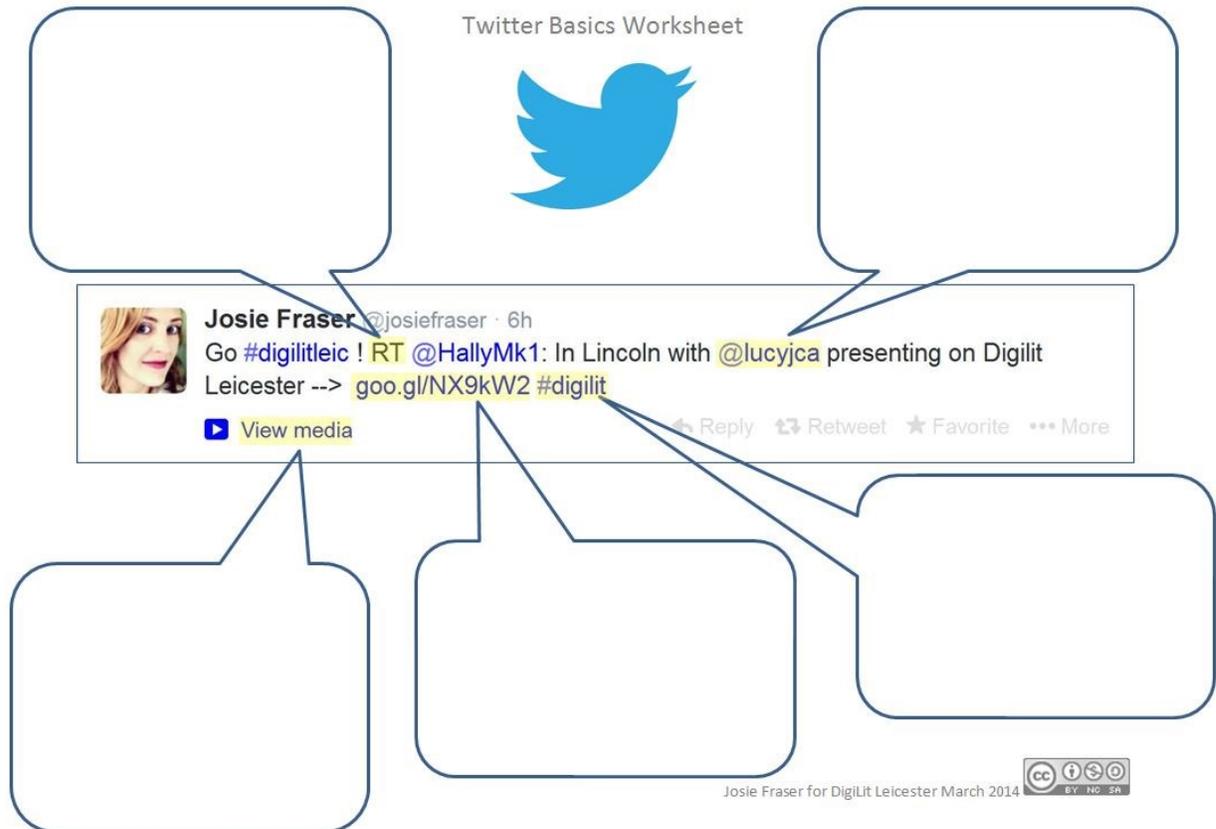


Imagen tomada de: [http://fraser.typepad.com/socialtech/uses\\_abuses/](http://fraser.typepad.com/socialtech/uses_abuses/)



## 5. Anatomía de un Tuit perfecto

Los elementos que se han expuestos anteriormente, nos señalan que un Tuit perfecto es aquel que combina los siguientes elementos.

1. **Es rico en elementos mediáticos.** Es decir que contiene, además de palabras, imágenes o videos.
2. **Igualmente, requiere tener vínculos,** ya sea hacia sitios web o hacia usuarios de Twitter (las menciones) o hacia CTA (llamados a la acción).
3. **Contiene hashtags,** que vinculan nuestro Tuit con las discusiones que son tendencia en el tema que queremos difundir.

Las siguientes infografías lo describen de manera sencilla:

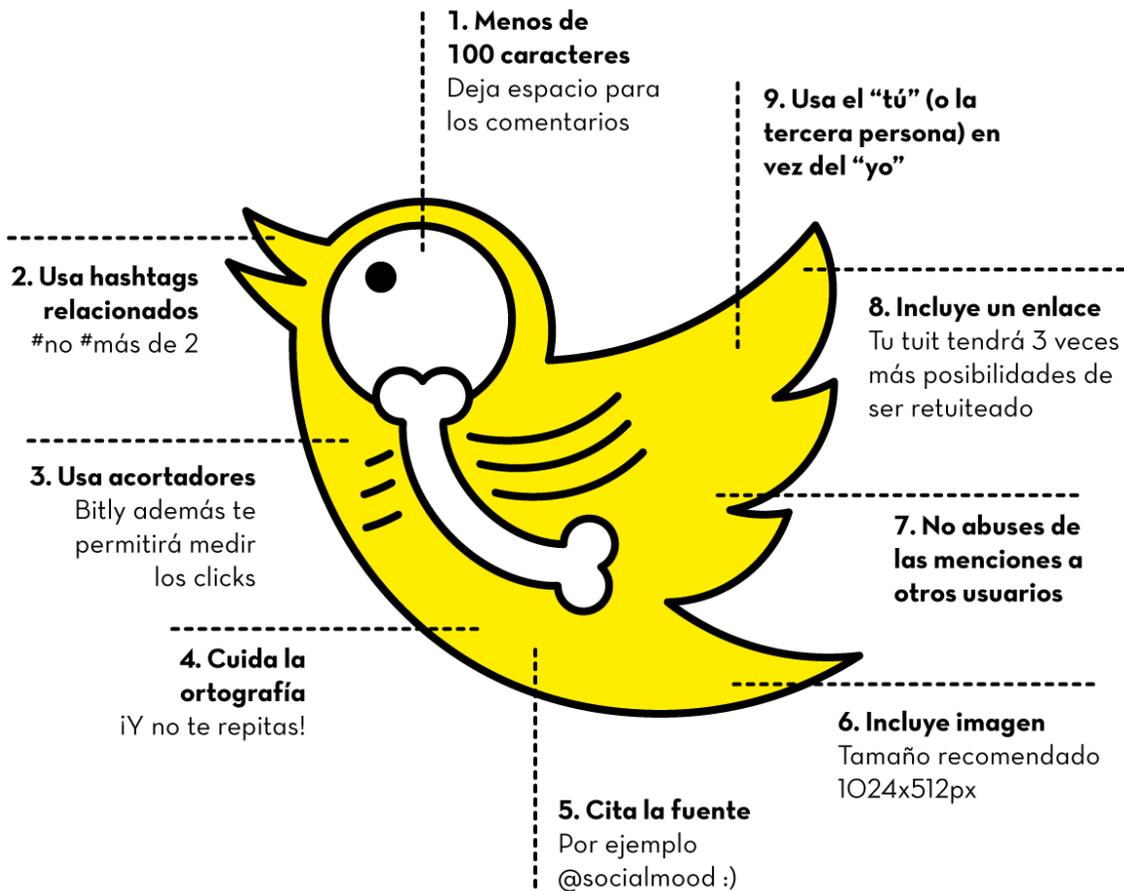
**LAS 5 CLAVES DEL TWEET PERFECTO**

1. Url acotadas para ahorrarnos caracteres y obtener más clics
2. Sin faltas y con todos los signos ortográficos
3. Mencionar siempre la fuente de información
4. Utilizar #hashtags para llegar a más gente
5. 100 caracteres máximo para dejar espacio a los RT y comentarios

Disenñado por @PometaGrafica  [www.pometagrafica.com](http://www.pometagrafica.com)

Tomada de <http://www.pometagrafica.com/es/infografia-como-hacer-el-tweet-perfecto-pometatips/>

# Anatomía del tuit perfecto



Tomada de: <http://www.40defiebre.com/la-anatomia-del-tuit-perfecto/>

**CÓMO CREAR EL TWEET PERFECTO**

Prueba de dedicar más tiempo a la **ESCRITURA**. Con la ortografía y la gramática perfecta, su **TWEET** será más influyente y fácil de leer.

**CONSEJO:** Evita el uso de mayúsculas. ¡Todos pueden pensar que **ESTAS GRITANDO!**

**LLAMADA A LA ACCIÓN**  
Motive a sus lectores a participar con su contenido

Se puede **DESTACAR** la palabra clave mediante el uso de paréntesis "[ ]"

**100 CARACTERES**

Instagram Video Vs. Vine **#Infografía** - Descubre los hechos y cifras más interesantes <http://goo.gl/tUvSy> (Blog)

**HASHTAG** presentará el tweet en el campo de posibles seguidores, así que elige sabiamente.

**CONSEJO:** Use un máximo de 2 hashtags, más que eso se considera spam.

**CONSEJO:** Evite jergas y abreviaturas. Puede simplemente decir: "Siempre" en lugar de 100pre

**20 CARACTERES**  
Asegúrese de que su tweet se enlace a un sitio web, blog, red social y asegurarse de que vale la pena hacer clic.

**CONSEJO:** Utilice los servicios de acortamiento de vínculo [por ejemplo, [goo.gl](http://goo.gl) o [bit.ly](http://bit.ly)] para crear mejores vínculos. Mantenga una longitud de máximo 20 caracteres

20 caracteres de espacio por **RETWEET**

Para hacer su tweet más "retweet-able", **DEJA EN TORNO 20 CARACTERES DE ESPACIO VACÍO** que puede ser usado para el contenido adicional o una mención

ES.NEOMOBILE.COM  
WWW.NEOMOBILE-BLOG.COM/ES  
@NEOMOBILE\_GROUP

Tomada de: <http://www.neomobile-blog.com/es/como-crear-el-tweet-perfecto-neomobile-blog-espanol/>



## 6. Para saber más

En los siguientes enlaces podemos acceder a tres videos que describen Twitter y su impacto. Así como algunas prácticas que debemos considerar para utilizar esta tecnología de forma adecuada:

### Video 1. ¿Cómo utilizan Twitter sus usuarios?

[Evan Williams](#), uno de los fundadores de Twitter, explica cómo los usuarios están utilizando esta tecnología. Clic en la imagen para ver el video.

**TED** Watch Discover Attend Participate About

Search... Log in Sign up

Evan Williams:

# The voices of Twitter users

TED2009 · 08:00 · Filmed Feb 2009

32 subtitle languages

View interactive transcript

Share this idea **1,027,923** Total views Share this talk and track your influence!

Watch later Favorite Download Rate

### Video 2. Los medios sociales y sus posibilidades como medio de colaboración del público

El investigador [Clay Shirky](#), explica cómo los medios sociales, como Twitter, podrían hacer historia con las posibilidades nuevas que ofrecen al público. Dar clic en la imagen para ver el video en el sitio de Ted Talks.

**TED** Watch Discover Attend Participate About

Search... Log in Sign up

Clay Shirky:

# How social media can make history

TED@State · 15:48 · Filmed Jun 2009

30 subtitle languages

View interactive transcript

Share this idea **1,502,122** Total views Share this talk and track your influence!

Watch later Favorite Download Rate

**Video 3. Cuestiones éticas y consecuencias del mal uso de Twitter.**

[Jon Ronson](#) (escritor y cineasta) explica que Twitter da voz a quienes no tienen voz, pero que a veces puede ir demasiado lejos y perjudicar, también, a las personas sin voz.



 7. Referencias y créditos

- <http://www.twittboy.com/2009/10/vocabulario-basico-de-twitter.html>
- <http://www.juanmerodio.com/2013/que-son-las-twitter-cards-y-como-crearlas-para-tu-web-o-blog/>
- Simply Measured. (n.d.). Building a better Twitter Calendar. In Simplymeasured. Retrieved October 22, 2015, from <http://get.simplymeasured.com/rs/simplymeasured/images/BuildingBetterTwitterCalendar.pdf>
- Terminología de Twitter (n.d.). In Aarp. Retrieved October 22, 2015, from [http://www.aarp.org/content/dam/aarp/home-and-family/personal-technology/2013-11/5-TEK-\(S\)-PDF-Twitter-Terms-AARP-Espanol.pdf](http://www.aarp.org/content/dam/aarp/home-and-family/personal-technology/2013-11/5-TEK-(S)-PDF-Twitter-Terms-AARP-Espanol.pdf)
- Redes Sociales en Ciencias Sociales. (n.d.). Terminología Twitter. In Redes sociales en ciencias sociales. Retrieved October 22, 2015, from <https://sites.google.com/site/redessocialesencss/sesion-2/terminologia-twitter>
- <http://socialgeek.co/wp-content/uploads/2013/08/tweet-efectivo.jpg>
- <http://www.ted.com/>
- <http://www.neomobile-blog.com/es/como-crear-el-tweet-perfecto-neomobile-blog-espanol/>
- <http://www.40defiebre.com/la-anatomia-del-tuit-perfecto/>
- <http://www.pometagrafica.com/es/infografia-como-hacer-el-tweet-perfecto-pometatips/>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>
- <http://dle.rae.es/?w=tuitear&o=h>
- [Ad Week](#)
- [http://fraser.typepad.com/socialtech/uses\\_abuses/](http://fraser.typepad.com/socialtech/uses_abuses/)