

## J.7. Contenidos profesionales en *Twitter*: cuando menos es más

Natalia Arroyo-Vázquez

31 enero 2012

**Arroyo-Vázquez, Natalia.** "Contenidos profesionales en *Twitter*: cuando menos es más".  
*Anuario ThinkEPI*, 2012, v. 6, pp. 258-263.



**Resumen:** *Twitter* es uno de los servicios que más relevancia han ganado en el último año entre los bibliotecarios y documentalistas. Uno de los usos que se le está dando es la difusión de información y noticias. Se reflexiona sobre su uso por parte de los profesionales.

**Palabras clave:** Twitter, Profesionales, Redes sociales.

**Title:** Professional content in *Twitter*: when less is more

**Abstract:** Twitter is one of the most relevant services used during the past year by library and information science professionals. One of its uses is for the dissemination of information and news to colleagues. Some reflections about its use by these professionals are presented.

**Keywords:** *Twitter*, Professionals, Social networking.

Las redes sociales se han convertido en uno más de los medios de comunicación empleados por los profesionales de la información. En poco tiempo han conseguido conectar a bibliotecarios y documentalistas y, en una suerte de globalización profesional digna de análisis, facilitan los contactos sin movernos de nuestro puesto de trabajo o de nuestra casa. Nunca antes había sido tan fácil contactar con cualquier otro profesional como lo es ahora ni de tener la oportunidad de dialogar todos los días con otros colegas, estrechar lazos o promover acciones colectivas.

*Twitter* es uno de los servicios que más relevancia ha ganado en el último año en la profesión. A través de él se difunden información y noticias de diferente naturaleza, relacionadas con las bibliotecas y centros de documentación y sus profesionales. Dos factores influyen en la información que recibimos a través de *Twitter*: nuestros contactos y las horas del día en que nos conectamos.

En nuestro *timeline* o cronología<sup>1</sup> vemos las publicaciones de los perfiles a los que seguimos y siempre se situarán antes los últimos contenidos publicados, mientras que recuperar los más antiguos requiere el esfuerzo de cargar más mensajes. En ocasiones incluso encontramos limitaciones y no podemos recuperar los contenidos a partir de una fecha determinada, pues prima la información de actualidad.

### Las redes sociales, como la vida misma

Las redes sociales guardan de forma general un gran parecido en su funcionamiento básico

con los sistemas orales de transmisión de la información: si nos quedáramos incomunicados, sin radio, televisión, teléfono, correo postal o internet, la única información que recibiríamos sería la procedente de las personas que se encuentran a nuestro alrededor en ese momento. Y seguramente esa información sería diferente cada día.

Los contenidos que recibamos en nuestra cronología de *Twitter* (o nuestro muro de *Facebook*) estarán en función de los contactos que seleccionemos. Si tenemos muchos contactos y publican con frecuencia necesitaremos más tiempo para seguir todos los contenidos que nos lleguen. Si nuestros contactos son pocos y "hablan" menos, será menos costoso asumir los contenidos. Sin embargo, a todos nos ha asaltado la duda de si nos estaremos perdiendo algo por no seguir a un perfil (un contacto).

Pero seguir a más perfiles en *Twitter* no conlleva precisamente un beneficio, en el sentido de que, a más contactos, el índice de obsolescencia de los contenidos que recibiremos será mayor, y por lo tanto deberemos invertir más tiempo en leerlos. Así, la selección (y gestión) de nuestros contactos es necesaria para poder asumir la información que nos llega sin dilapidar nuestro tiempo. Por otro lado, bien es verdad que pequeñas dosis de información, que suelen estar compuestas por un texto y un enlace, son fáciles de extraer en función de nuestros intereses, de la misma manera que podemos leer el tema de un correo electrónico y seguir leyéndolo o no según nos interese.

La endogamia de las redes sociales profesionales provoca la duplicidad de contenidos en nuestras cronologías de *Twitter* cada vez que se *retuitea* algo o se publica una misma noticia con diferentes titulares. Así, hay algunas noticias que son muy difundidas y que nos llegan varias veces a lo largo del día, a veces incluso de más tiempo, bien en forma de *retuits* o expresadas con diferentes palabras o enlazando a webs diferentes. Esa multiplicación de noticias concretas nos da una idea de cuáles son las que la comunidad considera más importantes y sirve como llamada de atención sobre aquellas con un mayor impacto.

## Cantidad y selección

Instituciones y personas con un cierto interés por posicionarse en las redes sociales se ven obligadas no sólo a formar una red de contactos amplia, sino también a publicar muchos contenidos para aparecer en las cronologías de otros con mayor frecuencia, por lo que en ocasiones prima la cantidad frente a la selección y a una cuidadosa línea de contenidos bien pensada. Sin duda ésta es una buena estrategia para dejarse ver pero, ¿qué prefieren nuestros seguidores?, ¿una gran cantidad de *tuits* o unos pocos, pero bien seleccionados?

Personalmente, cada vez valoro más aquellos perfiles o cuentas que me proporcionan unos pocos *tuits*, pero de los cuales llega a interesarme un alto porcentaje (y cuyos perfiles visito casi cada día porque me tienen *enganchada*); los que me ofrecen un valor añadido: la cuidadosa selección que realizan en función de unos criterios y/o de su experiencia; aquellos perfiles que me traen comentarios o ideas propias, originales, en los que se deja entrever algo de las personas que hay detrás; y también los que saben ir más allá del titular para exprimir los contenidos y sacar lo mejor de ellos –pues de todos es sabido que los titulares tienden a obedecer criterios publicitarios–, o que, simplemente, cumplen lo que promete el título.

Porque sinceramente, en estos días de sobraabundancia de letra digital (que no tanto de información) se valoran más los contenidos directos, sin rodeos, excesos ni florituras o revestimientos innecesarios.

\* \* \*

### **Twitter: sintonizo tu frecuencia** **Honorio Penadés**

Confieso (#yoconfieso) que soy de esos, de los de seguir muchas cuentas, escribir mucho



y *retuitear* bastante. Sigo unas 1.200 cuentas de *Twitter*, y *tuiteo* todos los días (generalmente sólo desde 2, otros días desde 3 y hasta 4 cuentas con perfiles e intereses distintos).

De vez en cuando hago una limpieza, no basándome en la cantidad de cuentas que sigo, sino en la pertinencia entre lo que las cuentas *tuitean* y mis intereses del momento. Es muy fácil y conveniente enganchar y desenganchar: *Twitter* no crea los mismos vínculos que *Facebook*, no se trata de “hacer amigos” sino de “sintonizo tu frecuencia”.

*Twitter* es sobre todo un medio de escucha: de ahí la similitud con la “frecuencia de la radio”. Más que seguir una cuenta, me gusta seguir una conversación, o seguir la pista a un tema. El *hashtag* o etiqueta es esencial para discriminar los contenidos. Y parte de la habilidad del profesional consiste en la gestión de sus escuchas, sus *retuiteos*, y sus *hashtags*. O sea, la selección de sus fuentes de información, su evaluación y correcto uso para su difusión.

[hpenades@db.uc3m.es](mailto:hpenades@db.uc3m.es)

### **Twitter y la no fragmentación del universo web**

**Fernando Juárez**



*Twitter* es la herramienta/servicio informacional más potente de la actualidad: permite filtrar y difundir información, obliga a ser conciso y es muy flexible; facilita la conexión/desconexión inmediata, y por tanto la multitarea.

Un aspecto reseñable para todos aquellos que trabajamos en “lo público” es que de momento compatibiliza su modelo de negocio con una no fragmentación del universo web (a diferencia del modelo *Facebook*, que intenta crear una web paralela y cerrada). Su intento de ser “abierto” le obliga a tomar decisiones que buscan el equilibrio entre la “transparencia” y la “censura”, decisiones difíciles de valorar, que denotan, a mi juicio, un alto grado de compromiso social.

[ferjur@gmail.com](mailto:ferjur@gmail.com)

## Propuestas de buenas prácticas contra el ruido

Tomàs Baiget



Como todos los que usamos redes sociales vamos acumulando tantos contactos, se hace necesario que nos auto-regulemos, me explico:

Al principio era divertido recibir toda clase de chascarrillos, pero hoy en día a mí ya se empieza a hacer pesado que alguien me diga

que “está mirando por su ventana”. Me molesta, pero igual no le quiero “desconectar” porque esa persona a veces dice cosas interesantes.

Pediría que si se envía algo sea útil o gracioso, pero que no diga que “se acaba de bajar del avión y se ha subido al autobús del aeropuerto” (sic). Si resulta que eso no tiene mayor trascendencia entonces es un simple “ruido” (molesto por definición) de entre los cientos de mensajes que recibo todos los días.

Google+ ha dado un paso para que podamos clasificar nuestros contactos, pero ahora deberían ser nuestros contactos los que se “comporten” como les tenemos clasificados, y nos envíen el tipo de información que esperamos de ellos.

Propuestas:

1) Nos autorregulamos y dejamos de mandar tantos *tuits* vacíos.

2) Nos hacemos 2 perfiles: uno profesional y otro personal, y así canalizaríamos mejor nuestras manifestaciones. Los amigos-colegas podríamos elegir entre uno u otro o los dos.

Y luego también pediría –ya puestos a pedir, aprovecho– que no se envíen públicamente mensajes crípticos que sólo entienden determinadas personas a quienes se supone van dirigidos. Esos mensajes deberían enviarse de forma particular y privadamente, no en *broadcasting* general, haciendo que algunos nos sintamos tontos tratando de entenderlos.

Lo que estoy diciendo me recuerda los principios de *IweTel*, allá por 1993 cuando la puse en marcha. Entonces hasta se organizaban cenas de pequeños grupos de amigos a través de la lista. Y debido a la novedad eso era algo gracioso, y sobre todo aportaba contenidos –entonces tan faltos–, aunque no fueran profesionales, pero hoy en día eso sería una locura.

En fin, creo que deberíamos mentalizarnos y acostumbrarnos más a hacer frente al ruido en las redes sociales, nosotros documentalistas que somos expertos en eso.

baiget@gmail.com

## El lado informativo y comunicativo de las redes sociales

Julián Marquina



Como @ehonorio... #yo confieso que soy uno de esos que de vez en cuando mete información que no le puede interesar a la gente pero que a algunas personas por supuesto que sí. En las redes sociales, en este caso *Twitter*, está muy presente el lado informativo y

el lado comunicativo (sin olvidar el emocional).

Otra forma de seguir contactos por *Twitter* son las listas (no las olvidemos), en las cuales no hace falta ser *follower* para poder seguir a alguien. Sirven para crear tus grupos de interés y clasificar los perfiles según las áreas de interés que tengas y la información que te puedan aportar.

¿Cantidad frente a calidad? Siempre se dice que la calidad es mejor, pero... ¿y si es mucha la calidad que compartir?

En términos de calidad y cantidad ya entramos en cuestiones de cada persona. Puede que para una persona 5, 8 ó 10 *tuits* en una mañana esté bien y que para otra esa misma cantidad sea agobiante.

recbib@gmail.com

## Las ventajas, muchas; las molestias, bien utilizado, mínimas

Javier Guallar



El debate sobre la utilización de *Twitter* a nivel profesional siempre es estimulante. Aunque algunos usuarios lo utilicen para decir “chorradas”, esto es para mi realmente muy poco significativo. Lo que *Twitter* me ofrece y me permite es tanto y tan útil, que

los contenidos insustanciales son irrelevantes y/o se pueden minimizar. ¿Cómo?, haciendo un uso “profesional” de *Twitter*. En cuanto a su utilización como fuente de información, tenemos a nuestra disposición, en palabras de **Fernando**, “la herramienta/servicio informacional más potente” si:

- 1) elegimos bien a quien seguimos;
- 2) organizamos y filtramos la información de los perfiles que seguimos utilizando listas (algo absolutamente imprescindible);
- 3) utilizamos bien las búsquedas y las etiquetas.

Facebook sí que es otra cosa, y su utilización profesional no es tan efectiva como fuente de información. Google+ a día de hoy está a años luz de Twitter.

Sirva como ejemplo de utilidad en mi día a día profesional el uso de listas de colegas o de ámbitos especializados muy concretos, como la que se comenta en mi nota *ThinkEPI* "Documentalistas de medios y redes sociales"

<http://www.thinkepi.net/documentalistas-de-medios-y-redes-sociales>

Sin Twitter, seguramente no hubiera conocido a algunos de los profesionales o investigadores de España y de otros países con los que ahora mantengo contacto, o no hubiera descubierto o leído buena parte de las fuentes informativas diversas que consulto a diario.

Y un pequeño apunte sobre el "ruido" en las redes sociales. Tenemos que adaptarnos al ecosistema informativo de la actual web social y asumir de manera natural que, igual que en la época de la hegemonía de las fuentes impresas no leíamos el diario de papel entero de principio a fin, ahora tampoco debemos exigir una relevancia del 100% a los contenidos de nuestro *timeline* de Twitter.

Resumiendo: las ventajas, muchas; las molestias, bien utilizado, mínimas.

[jguallar@gmail.com](mailto:jguallar@gmail.com)

### La mejor defensa contra el ruido es que no se genere

Tomàs Baiget



Pueden tomarse medidas para defendernos del ruido informativo, pero lo que yo proponía era mentalizarnos para dejar de producirlo. La mejor defensa contra el ruido es que no se genere. En este caso, la mejor defensa –o forma de sentirnos cómodos con nuestros

contactos– es mentalizar a éstos para que no lo generen, es decir:

- que etiqueten debidamente el tipo de material que envían, de manera que no nos llegue mezclado, o
- que usen un perfil o canal profesional, y otro (u otros) de tipo personal.

La información es relativa, ya se sabe. La mejor información del mundo es ruido si no está en el lugar adecuado y en el momento oportuno, o si no está debidamente etiquetada para hallarla cuando se busca.

Planteo esto desde una lista profesional como *lweTel*, asumiendo que quienes leen esto tienen

algún tipo de interés profesional. Evidentemente habrá mucha otra gente que sólo usa las redes para distraerse.

A pesar del eventual ruido yo seguiré usando las redes sociales, pues estoy de acuerdo en que son útiles e imprescindibles. Sólo trato de que entre todos las optimicemos para los asuntos profesionales.

En cuanto a la comparación de Twitter con el periódico impreso no me parece que sea lo mismo, pues en el periódico uno va seleccionando y eligiendo las secciones y los títulos de las noticias, pero los *tuits* te los tienes que tragar todos.

[baiget@gmail.com](mailto:baiget@gmail.com)

### Revisión sistemática de a quién seguimos

Nieves González-Fernández-Villavicencio



Encuentro muy complicado y ambicioso proponer unas normas de uso del Twitter para los profesionales de la información y que se cumplan. Ya me gustaría que todos usáramos esta red social como propone **Tomás**. Hay que tener en cuenta también

que, al menos yo, no sólo sigo a profesionales de nuestro sector sino que (cada vez más) intento seguir a profesionales de todas aquellas áreas del conocimiento que pueden interesarme en un momento dado. Mi mayor fuente de información hoy día es el seguimiento de las etiquetas de mi interés, *hashtags*, que usan profesionales de otros sectores con los que tenemos temas comunes. El problema del ruido por lo tanto, se multiplica.

Creo que el tiempo y la práctica diaria harán que nos comportemos en Twitter según lo que queramos conseguir, y los lectores tendremos herramientas –que tenemos ya– para una selección más adecuada de nuestras lecturas. Lo mismo le pasó a los blogs en su momento, y ahora los tenemos más o menos controlados.

Lo que sí tenemos que poner en práctica es la revisión sistemática de a quién seguimos, en cualquier red social de que se trate, de la misma forma que debemos revisar las etiquetas en *Gmail*, o las alertas creadas en *Google* o en los recursos electrónicos o las RSS a las que estemos suscritos. Nos pasamos la vida revisando...

[nievesg@us.es](mailto:nievesg@us.es)

## Los niveles de selección en Twitter

Javier Leiva-Aguilera



Twitter es cada vez más una herramienta de la cual tirar para informarse. Es un espacio donde se junta muchísima gente y genera mensajes y más mensajes, muchos de los cuales son pistas en forma de enlace a cualquier parte: una foto, un artículo, un vídeo, una

presentación, etc. Una base logística de la información en la que la gente a la que sigues te configura la agenda de desplazamientos por internet. Yo selecciono para los que me siguen y los que sigo seleccionan para mí. ¿Curadores cruzados?

Como individuo que se informa uno tiene en ese entorno dos tareas de selección:

- la gente a la que sigue;
- el contenido que esa gente envía.

La primera hay que ir haciéndola: hay perfiles que antes interesaban y ahora no, hay otros que son un descubrimiento a partir del cual encontramos otros que igualmente nos interesan. Es algo que se suele hacer, pero no cada día.

En cambio, la selección del contenido que se nos expone cuando visitamos el *timeline* de Twitter sí que es algo continuo. De hecho, mientras estoy escribiendo esto estoy dejando de ver bastantes mensajes que podrían tener algo que me interese. Pero no importa: si algo es especialmente relevante para mí, es fácil que me acabe llegando de cualquier manera porque justamente –como dice **Natalia**– los mensajes tienden a repetirse (varias personas recomendando lo mismo es algo usual y lógico cuando uno tiene unos intereses determinados y sigue a personas afines).

Llegados a este punto, hay que añadir algo que ocurre cada vez más a menudo: Twitter se

consulta en movilidad y no es fácil hacer una selección rápida. Primero porque son muchos mensajes continuamente y segundo porque no siempre el dispositivo usado permite gestionar correctamente lo que estamos seleccionando. Si no podemos leer en ese momento lo que nos interesa, ¿qué hacemos con ello?

En mi caso, y después de algunas vueltas, he acabado usando justamente el sistema que Twitter ofrece para eso: los favoritos.

Cuando consulto Twitter en movilidad (desde el móvil, o cuando lo consulto con poco tiempo) hago barridos rápidos y marco como favorito cualquier *tuit* que quiera volver a recuperar después. No tiene que ser algo que necesariamente me interese de verdad, sino simplemente que llame mi atención y crea que puede merecer la pena dedicarle unos segundos después.

Hechos varios barridos a distintas horas y quizá en distintos días, cuando tengo un rato algo más sosegado recupero y proceso esos favoritos: unos se desechan directamente, otros se leen en ese momento, otros pasan a Evernote para ser leídos más tarde o como referencia necesaria para algún proyecto que tenga abierto, otros los recomien-

do directamente a un tercero y otros pasan a formar parte de mi pequeña colección creciente en *Diigo*. Es decir, estoy aplicando un tercer nivel de selección a partir del cual ya le doy un uso a lo recogido.

Además añado un nuevo elemento no mencionado hasta ahora: el correo electrónico. Tengo programada una regla por la que los *tuits* marcados como favoritos se envían a mi dirección de correo con una etiqueta determinada (que me permite crear una regla de correo para no saturar la bandeja de entrada). Por lo tanto, la selección final no la hago desde los favoritos de *Twitter*, sino desde el correo.

[javier@catorze.com](mailto:javier@catorze.com)

### **Mendeley para enlaces de *tuits* que son recursos de información bibliográfica**

**Nieves González-Fernández-Villavicencio**



Hablando en movilidad... yo envío directamente a *Evernote* o a *Diigo* (*DiigoDroid*) los *tuits* o los enlaces de los *tuits* que me interesan. En *Diigo* conservo las webs, posts, imágenes, media, etiquetándolos, y a *Evernote*, envío aquello a lo que quiero darle una lectura más reposada, para su posterior clasificación o uso.

Al correo tan sólo envío lo que requiere mi máxima atención por ser crítico o necesitar esa información de forma inmediata. En cierta medida, simplifico los niveles de selección usando la opción de "compartir a través de", directamente desde mi *Twitter*, y enviando desde allí a *Evernote*, *Diigo* o al correo-e.

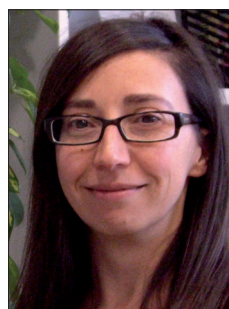
Además de estos espacios de información, yo añado uno más, la cuenta en *Mendeley*, para aquellos enlaces de los *tuits* que son recursos de información bibliográfica tipo libros o artículos de revistas, informes, etc., y que por sus características merecen ser gestionados por un gestor de referencias bibliográficas. El problema es que la opción de "compartir" del móvil no me permite enviar directamente a *Mendeley*, a pesar de tener *Droidley* instalado en el móvil.



Además de estos espacios de información, yo añado uno más, la cuenta en *Mendeley*, para aquellos enlaces de los *tuits* que son recursos de información bibliográfica tipo libros o artículos de revistas, informes, etc., y que por sus características merecen ser gestionados por un gestor de referencias bibliográficas. El problema es que la opción de "compartir" del móvil no me permite enviar directamente a *Mendeley*, a pesar de tener *Droidley* instalado en el móvil.

[nievesglez@gmail.com](mailto:nievesglez@gmail.com)

### **Resumen final** **Natalia Arroyo-Vázquez**



Lo que en principio era un modesto texto de opinión se ha convertido en todo un catálogo de experiencias e ideas sobre el uso de *Twitter*. Recapitulando, si me permitís, voy a expresarme también en idioma *tuitero*:

– **Una misma herramienta, diferentes usos y distintas experiencias.**

*Twitter* es un sintonizador de frecuencias para *@ehonorio*, herramienta informacional para *@ferjur*, y para *@julianmarquina* tiene además un lado comunicativo y otro emocional (no menos importante por ir entre paréntesis). Para mí es la red social con la que más cómoda me siento.

– **Las reglas de juego son otras.** Como señala *@jguallar*: "no leíamos el diario de papel entero de principio a fin, ahora tampoco debemos exigir una relevancia del 100% a los contenidos de nuestro *timeline* de *Twitter*". Aunque en ocasiones nos gustaría poder eliminar todo el ruido posible, como propone *@baiget*, la cosa no es tan sencilla, puesto que estamos hablando de espacios personales. La única forma posible de acción es premiar con nuestra indiferencia a los perfiles que no nos interesan, con fidelidad a los que nos gustan o retuiteando o comentando aquello que consideramos oportuno.

– **Twitter es una potente herramienta de información.** Y requiere de unas habilidades específicas que los profesionales de la información estamos incorporando sobre la marcha. Sistemas de discriminación como los *hashtags* o etiquetas, citados por *@ehonorio*, *@jguallar* y *@nievesglez*, las listas (*@julianmarquina*) o los favoritos que utiliza *@javierleiva* se pueden completar con el potente sistema de búsqueda de *Twitter*, que permite acotar por términos, etiquetas, idioma e incluso geográficamente.

<http://twitter.com/search-advanced>

– Nos hemos acostumbrado a un **sistema de discriminación de la información basado en la inteligencia colectiva**, a que nos hagan el primer trabajo, pues realmente quienes discriminan la información en una primera instancia son las personas a las que seguimos. Curadores cruzados les llama *@javierleiva*. Es importante ser conscientes de ello si tratamos a *Twitter* como fuente de información.

– **El uso combinado de otras herramientas** –*Evernote*, *Diigo*, correo electrónico y gestor de referencias, sugieren *@javierleiva* y *@nievesglez*– nos permiten gestionar la información para incorporar aquello que nos interesa a nuestra vida diaria.