

# Redes Sociales para sindicatos



An E-Book by Alex White  
[www.alexwhite.org](http://www.alexwhite.org)

<b>Por qué los sindicatos deberían adoptar los medios sociales de comunicación</b>	<b>3</b>
<i>Usando los medios sociales correctamente</i>	3
1.- <i>Implícate en conversaciones</i>	3
2.- <i>Mantente activo e implicado en las comunidades de la red</i>	4
3.- <i>Elige cuidadosamente los medios sociales en que vas a participar</i>	5
4.- <i>Abre el sindicato a la socialización</i>	5
<b>Cuatro pilares de las redes</b>	<b>6</b>
1.- <i>No hay soluciones inmediatas</i>	6
2.- <i>Mantente en ello, sé coherente</i>	6
3.- <i>No seas egoísta</i>	6
4.- <i>La confianza es esencial</i>	7
<b>Comunícate, no vendas</b>	<b>7</b>
<b>Buenas prácticas en el uso de Facebook por parte de los sindicatos</b>	<b>7</b>
<i>Advertencia</i>	8
<i>Ejemplos de buenas prácticas</i>	8
1. <i>Usa las páginas (hazte Fan) no los grupos</i>	8
2. <i>La interacción entre los usuarios es el corazón de Facebook</i>	9
3. <i>El uso de las Páginas de manera más detallada (estadísticas)</i>	10
4. <i>Promociona tu página de Facebook en los sitios web</i>	10
5. <i>Mantén tus actualizaciones relevantes</i>	11
<b>Siete maneras de usar Twitter por parte de los sindicatos</b>	<b>11</b>
<i>Siete ideas para el uso de Twitter por los sindicatos</i>	12
1.- <i>Presenta ideas originales y personales dentro de tu sector.</i>	12
2.- <i>Comparte fotos o eventos rápidamente.</i>	12
3.- <i>Sigue las tendencias de Twitter</i>	12
4.- <i>Interactúa</i>	12
5.- <i>Elige a tus seguidores con cuidado</i>	12
6.- <i>Usa una aplicación de Twitter.</i>	12
7.- <i>Finalmente no ignores los fundamentos.</i>	12

<b>Tres consejos más sobre Twitter para sindicatos</b>	<b>13</b>
<i>1.- Cuidado con los spammers</i>	<i>13</i>
<i>2.- Vigila el ratio entre seguidores y cuentas que sigues.</i>	<i>13</i>
<i>3.- No tengas simplemente un feed RSS de tu sitio web</i>	<i>14</i>

## **Por qué los sindicatos deberían adoptar los medios sociales de comunicación**

Los nuevos medios sociales son muy potentes. Permiten a los sindicatos mantener conversaciones personales con cientos, si no miles, de afiliados, potenciales afiliados y simpatizantes.

Los sindicatos ya no pueden seguir confiando exclusivamente en los medios tradicionales (periódicos, televisión, radio) o las visitas de los sindicalistas a los trabajadores. Los medios sociales permiten una conversación directa sin mediadores, sin importar la distancia o la hora del día o la noche. Los sindicatos pueden organizar campañas mundiales, elevando asuntos locales a la conciencia global, o construir una red de apoyo en regiones o áreas geográficas no tradicionales.

Los sindicatos pueden utilizar las potentes herramientas de medios sociales en red, pero como cualquier herramienta de organización y de la campaña, éstas deben utilizarse correctamente. Herramientas como Facebook y Twitter no debería ser un elemento secundario. Un sindicato no puede crear una cuenta de Twitter, hacer una o dos tweets, y luego esperar que cientos de sus afiliados sigan su cuenta.

Al igual que cualquier empresa, el uso efectivo de las redes sociales requiere de práctica y de prueba y error. Los usuarios de los medios de comunicación social (afiliación del sindicato, los posibles afiliados y simpatizantes) puede interactuar con usuarios corporativos y comerciales con un alto nivel de profesionalidad. Si un sindicato va a empezar a utilizar estos medios, debe estar preparado para invertir tiempo y recursos (humanos) para hacerlo correctamente.

(Por supuesto, los medios tradicionales siguen siendo muy importantes, y de ninguna manera estoy sugiriendo que los sindicatos dejen de utilizar las estrategias de los medios de comunicación tradicionales.)

### **Usando los medios sociales correctamente**

Los medios sociales y los elementos sociales de la "Web 2.0" se caracterizan por la conversación, la participación, la apertura y la comunidad. A menos que tu sindicato entienda estos principios de los medios de comunicación social, no llegará muy lejos, y muchos de sus esfuerzos puede inútiles.

#### **1.- Implícate en conversaciones**

Las herramientas de comunicación social te permiten mantener conversaciones. La gente que visita sitios web la actualidad espera ser capaz de interactuar con el sindicato en ese sitio web. El contenido que pones en el sitio web de tu sindicato ya no es "sólo de ida".

Incluso si tu web no permite los comentarios, los usuarios todavía pueden dar su opinión, utilizando herramientas como Facebook o Twitter. Un sindicato inteligente trabajará con las personas tanto en la plataforma que ellas elijan, como en la página web del sindicato.

Ya no es suficiente con usar la web del sindicato para difundir los mensajes, como comunicados de prensa o "mensajes del secretario". afiliados y no afiliados cuando dejan comentarios directamente en una página, esperan que alguien del sindicato (sí, incluso el secretario) las lea y las responda de manera efectiva. Cuanto mayor interacción personal, mejor (véase más adelante).

Del mismo modo, si descubres un blog, una web o un twittero que está hablando de tu sindicato, o una empresa en la que tienes presencia, aprovecha la oportunidad para registrarte. Deja un comentario en el blog o envía una "@ respuesta" al twittero. Esto es especialmente importante si te encuentras con críticas en la red al sindicato. las nuevas normas los medios de comunicación social, implican que puedes interactuar con quien te critica directamente, y que otros también pueden participar. (Por supuesto, asegúrate de que cualquier respuesta a las críticas mantiene la buena educación.)

Tu afiliación y tus simpatizantes comenzarán a colaborar contigo, y a sentir un mayor grado de identificación con la presencia en la red del sindicato. A medida que construyes tus relaciones con la gente en la red, verás que la gente comenzará a promocionar tu causa voluntariamente, defenderá a la organización en los foros en línea, enviará información que, de otra manera, nunca ibas a poder enviar, y participarán en futuras campañas.

## **2.- Mantente activo e implicado en las comunidades de la red**

Nadie seguirá una cuenta de Twitter con solamente una o dos actualizaciones. De manera similar, si tu página de Facebook solamente muestrea notas de prensa o enlaces a la sección de noticias en la web, en realidad no estás conectando.

Los medios sociales están activos y funcionando 24 horas al día, siete días a la semana.. Twitter y Facebook funcionan en tiempo real. Los afiliados y afiliadas, los no afiliados y los simpatizantes, dejan rápidamente de visitar una campaña que no haya sido actualizada durante una semana.

Ser activo significa responder a los comentarios, a los twits y a los mensajes en Facebook. Aunque no todos los sindicatos pueden disponer del tiempo y los recursos para tener a alguien dedicado a tiempo completo a los medios sociales, es muy importante que alguien del sindicato compruebe las cuentas de Twitter y Facebook de manera regular. La mayoría de los medios sociales tienen buenas herramientas que pueden ayudar (por ejemplo la función de búsqueda de Twitter te permite ver si la gente está tuiteando sobre tu sindicato).

Los medios sociales no pueden ser usado de manera esporádica. Si sólo envías un twit más o menos cada mes, se perderá en el maelstrom de actualizaciones que experimentan los usuarios. La naturaleza "viva" de muchos de los medios sociales implica que al menos necesitas comprobar las cuentas de tu sindicato una vez al día.

### **3.- Elige cuidadosamente los medios sociales en que vas a participar**

Con cientos de sitios ahí afuera, y creciendo cada día, puede ser tentados para un sindicato nuevo en las redes sociales darse de alta en el mayor número posible.

Hay varias razones para limitar tu interacción a solo unas pocas redes sociales.

En primer lugar, elige la red en la que está la mayoría de tu afiliación y simpatizantes (la mayoría de los trabajadores de los sectores de tu sindicato). La mayoría de las redes sociales te permiten realizar búsquedas. Por ejemplo en Facebook puedes buscar los afiliados que están presentes, pero también gente en Facebook basándote en la información de sus perfiles (ver mi artículo "Facebook como una herramienta de acción para los sindicatos"). [Facebook as an organising tool for unions](#).

En segundo lugar, a menos que tu sindicato pueda permitirse tener personas dedicadas a los medios sociales, es muy probable que no disponga del tiempo o los recursos para mantener adecuadamente tu presencia en muchas redes sociales diferentes. Tener una presencia activa y vibrante en una, dos o tres redes es menor que tener una presencia inactiva, sin implicación y escasamente actualizada en cientos de ellas.

En tercer lugar elige sitios que encajen con tu plan de campaña o de organización. Cientos de tus afiliados puede que estén en sitios como LinkedIn o Facebook, pero ese tipo de redes son como camisas de fuerza para las campañas. No dan facilidades para exportar datos o controlar el aspecto de tu perfil. Dicho de manera sencilla, algunos sitios son más útiles para actividades o campañas específicas que otros y debes considerar el conjunto de características de cada red social antes de dedicarte a ella.

### **4.- Abre el sindicato a la socialización**

Muchos sindicatos mantienen un control férreo cuando se trata de comunicación, tratamiento de los medios o interacción con la afiliación. Solamente los responsables de comunicación hablan con los medios, sólo los cuadros hablan con los afiliados y solamente los secretarios hacen declaraciones oficiales.

Las reglas de los medios sociales no permiten ese tipo de estructuras rígidas. Los afiliados, simpatizantes y no afiliados quieren oír un amplio rango de voces procedentes del sindicato. Los cuadros pueden tener cuentas de Facebook o Twitter. De hecho los medios sociales deben ser utilizados por todo el mundo en el sindicato, no sólo por una o dos personas.

La apertura y la interacción son la parte principal de los medios sociales. Abrázalos. Obtendrás recompensa por tu transparencia y apertura (ver punto 1 más arriba).

Por supuesto debes estar preparado para cometer errores y ser lo suficientemente grande para admitir cuando has metido la pata y rectificar. Debes tener una política de redes sociales o conjunto de guías para los cuadros sindicales. Asegúrate de que todo el mundo conoce esa política.

# Cuatro pilares del trabajo en red

A menudo mis amigos, colegas o conocidos me preguntan porque tal o cual herramienta de redes sociales es útil. (La pregunta se plantea como una forma alternativa para que justifique por qué trabajar en las redes sociales no es una pérdida de tiempo.)

Creo que mucha gente de una determinada edad (incluso la Generación X) encuentran difícil acostumbrarse a los conceptos de Facebook o Twitter. Pueden frustrarse porque no parece que haya una compensación inmediata. Este es particularmente el caso de las campañas sindicales donde es difícil vincular entradas de los blogs, tuits o comentarios en Facebook con los nuevos afiliados, organización de piquetes o similar. Mientras que un negocio que vende un producto o servicio puede ver un retorno a su inversión, los partidos políticos o sindicatos lo tienen más difícil. Además los responsables de comunicación o los cuadros sindicales pueden no tener derechos de administrador en la web, a Google Analytics o servicios similares para comprobar la efectividad de la integración entre la web y las redes sociales.

Para ayudar a quienes toman las decisiones en los sindicatos (y en todas partes) sobre cómo usar de manera efectiva las redes sociales, he reunido cuatro pilares para el trabajo en red. Estos conceptos deberían dar unos buenos fundamentes para el uso de herramientas como Facebook y Twitter. [Deberían ser leídos con mis otros artículos sobre redes sociales](#). Algunos de esos artículos están traducidos en <http://blog.comfia.net/webmaster/redes-sociales>

## 1.- No hay soluciones inmediatas

Mientras que una de las principales características de las redes sociales es que son "instantáneas" y "en vivo", usar las herramientas de redes sociales de manera efectiva es un proceso lento. Los nuevos medios no dan soluciones instantáneas. Si bien es fácil crear una página en Facebook o en Twitter, su creación es simplemente el primer paso en una larga marcha. Al igual que en otras empresas, las redes sociales necesitan tiempo para hacerlo bien.

## 2.- Mantente en ello, sé coherente

Es fácil dejar de ocuparse de cosas como las webs, las cuentas de Twitter y Facebook páginas cuando hay mucho trabajo. Sé que cuando mi trabajo se incrementa, yo abandono este blog, así como la actualización de la web "Creative Unions". Esto es comprensible, y la mayoría de las organizaciones (especialmente los sindicatos) no tienen los recursos para dedicar una persona a tiempo completo para manejar sus actividades en la red. Sin embargo, debe ser coherente en sus actividades en línea. Si usted no ha actualizado su página de Facebook por mucho tiempo, no se desespere. Volver al caballo. Tómese un tiempo cuando las cosas están tranquilas. Algunas aplicaciones de redes sociales (o de software como Wordpress) le permiten programar las actualizaciones, para que pueda mantener un ritmo. (Este artículo fue escrito, por ejemplo, el fin de semana, y programado para un día de semana.) Coherencia fortalece la relación que estamos construyendo con el lector-buque, los fans o seguidores.

## 3.- No seas egoísta

Las redes sociales tratan de comunidades, Comunidades de sindicalistas o de simpatizantes. Comunidades de activistas políticos progresistas. Comunidades de

blogueros o twitteros. Estas comunidades valoran los buenos contenidos y quieren difundirlos. Sin embargo tu debes actuar de manera similar, Si otro sindicato, o un afiliado, sube o twittea algún contenido interesante o perspicaz, compártelo. Retuitealo. Enlaza con su blog. Responde a los comentarios y emails. Entra en la conversación. Da en lugar de solo tomar.

#### **4.- La confianza es esencial**

La confianza es esencial en las redes sociales. En estos días de phishing y spam, los usuarios de internet inteligentes sólo visitan webs o siguen enlaces de personas en las que confían. Cuando las webs están llenas de marketing tratando de vender cosas, la gente confía más y más en lo que les dicen sus amigos. Por eso las redes sociales son tan valiosas para los sindicatos y las organizaciones políticas. Permiten a los sindicatos entablar relaciones personales con decenas de personas al mismo tiempo

## **Comunícate, no vendas**

Un artículo muy interesante de nuestros amigos sudafricanos [how to use social networking tools](#) No actúes como un vendedor. Interactúa con tus potenciales afiliados para construir una relación con ellos.

Andrea Mitchel escribe:

La campaña de Obama utilizó correctamente las redes sociales. como asesor de Obama Scott Goldstein dijo: Alguna gente sólo va a Myspace. Es donde están todo el día. Otros sólo van a Llnked In. Nuestro objetivo es estar seguro de que cada simpatizante, no importa donde esté, tenga conexión con Obama. Obama tiene perfiles en más de 15 redes sociales, incluyendo Facebook y MySpace. Las cuentas de su éxito: 3 millones de contribuyentes, 5 millones de “amigos” en quince plataformas sociales (3 millones sólo en Facebook) cerca de 2000 vídeos oficiales vistos más de 80 millones de veces en YouTube, con 135.000 suscriptores y 442.000 vídeos generados por usuarios. La lista sigue.

La Web 2.0 son conversaciones. Los políticos inteligentes (y los sindicatos y los negocios) ignoran la plataforma (facebook, twitter...) y van a donde están sus votantes (clientes/ afiliados). Si están en Facebook, ve a Facebook. Si están en Twitter , ve a Twitter. Si están en todas partes, ve a todas partes. Si están en un solo lugar, ve allí. La gente en estas redes no quieren que les vendan cosas. No quieren una experiencia prefabricada. Quieren personalización, simplicidad y una experiencia con un ser humano real. Comunícate, no vendas.

## **Buenas prácticas en el uso de Facebook por parte de los sindicatos**

Actualmente muchos sindicatos tienen presencia en Facebook. Sin embargo sólo unos pocos hacen pleno uso de muchas de sus herramientas. También sospecho que la mayoría de los sindicatos que están utilizando Facebook no tienen una línea o estrategia definida para los medios de comunicación social. Por lo tanto, sus actividades en Facebook son al azar, ineficaces o incluso contraproducentes.

## Advertencia

Facebook es un negocio. Los sindicatos no deben olvidarlo. Si bien se presenta como una herramienta de redes sociales, no ha mostrado ningún escrúpulo en sus actitudes arbitrarias hacia los sindicatos y la organización sindical. Hay [varios casos](#) en que Facebook ha intervenido para cerrar cuentas de sindicatos, prohibido la presencia de sindicalistas y acciones similares. Afortunadamente, la mayoría de los casos son de hace varios años. Sin embargo, debemos ser conscientes de las graves limitaciones que se presentan cuando se usa Facebook.



## Ejemplos de buenas prácticas

### 1. Usa las páginas (hazte Fan) no los grupos

Cuando Facebook empezó, no tenía páginas de las que hacerse fan. En cambio, los usuarios podían crear grupos, que permitan a la gente unirse, y a los administradores enviar correos a los miembros. Sin embargo, los grupos fueron y siguen siendo relativamente limitados.



El aspecto más limitativo de los grupos es que no pueden interactuar (por el momento, es posible que Facebook cambie esto pronto) con las actualizaciones de los usuarios (las actualizaciones en vivo, "qué estas haciendo", de la página principal de Facebook). Dado que muchos usuarios confían en éste para navegar por Facebook y para obtener actualizaciones de sus amigos, es una grave limitación.

Las páginas de fans son mucho más versátiles y útiles. Puedes publicar actualizaciones directamente a las páginas de inicio de tus fans.

UNITE-HERE (Sindicato de trabajadores del textil y de hoteles) utiliza una página de Facebook. La imagen de la derecha indica que la página por defecto presenta información sobre el sindicato para las personas que aún no son fans. Esta página puede ser creada por el administrador con varias opciones diferentes. Por ejemplo, el SEIU (en la parte



superior de esta entrada del blog) tienen por defecto un banner de promoción que anima a los visitantes a registrarse. Alguien que ya es un fan no volvería a ver esta imagen.

. UNITE HERE utiliza una página de Facebook (hazte Fan) en lugar de un grupo.

Los Teamsters también usan una página de Facebook que, por defecto permite a los visitantes ver a su "muro". El Muro es el área en la página de Facebook donde se muestran sus actualizaciones. También puedes permitir a tus fans dejar aportaciones en el muro, aunque se puede elegir si se muestran de forma predeterminada o si los usuarios tienen que elegir la opción de verlas. En el caso de los Teamsters, su página por defecto muestra sus propias actualizaciones de muro, pero no las de sus fans.

Los Teamsters han abierto una página de Facebook

## 2. La interacción entre los usuarios es el corazón de Facebook

Los sindicatos deben estar en Facebook para interactuar con sus afiliados, simpatizantes y afiliados potenciales. Millones de personas están en Facebook, así que es probable que todos los sindicatos se encuentren bien con afiliados, bien con personas que trabajan en su sector que utilizan Facebook.



Los muros de las páginas son útiles, porque permiten a tus "fans" interactuar contigo. Cuando publicas algo en tu muro, tus fans tienen la capacidad de decir que "les gusta" lo que has escrito, o hacer un comentario sobre ello. El "me gusta" es una característica relativamente nueva que está también disponible en los perfiles. Permite a los fans mostrar su aprobación de lo que has escrito. El número de personas a las que "les gusta" algo se muestra a todos tus fans. La imagen de la página de Facebook de Teamsters, muestra que su aportación más reciente al muro cuenta con 16 personas a las que "les gusta".

Los comentarios también son importantes, ya que te permiten mantener una conversación con tus fans. En el ejemplo de los Teamsters, la aportación más reciente al muro cuenta con 27 comentarios. Esto significa que 27 Fans han dejado un comentario. Esta interacción con los fans es una gran oportunidad para difundir aún más tu mensaje y puedes estar seguro de que los comentarios se leídos varias veces por el número de personas que dejan un comentario.

Dependiendo de tu configuración, también puedes permitir a los fans subir sus propias fotos y vídeos. Esto se utilizó con éxito, por ejemplo, en la [campaña de Save VCA](#), donde los partidarios de la campaña subieron fotos y vídeos de la manifestación y otras actividades del flashmob (Nota: un flashmob es una acción organizada en la que un gran grupo de personas se reúne de repente en un lugar público, realiza algo inusual y luego se dispersa rápidamente). Los administradores en general, pueden quitar los contenidos generados por los usuarios que consideren no deseados o inapropiados.

El crecimiento de fans de Creative Unions (sindicatos creativos)

### 3. El uso de las Páginas de manera más detallada (estadísticas)

Las páginas de Facebook son más versátiles que los grupos, pero también dan a los administradores más información que los grupos y perfiles. Las Páginas permiten a los administradores obtener una serie de estadísticas acerca de sus fans.

La imagen muestra solo algunas de las ideas de "Creative Unions" (Sindicatos creativos). Así como el número total de fans que tiene Creative Unions, también se ofrece un desglose demográfico, por edad, sexo, ubicación geográfica, idioma, y más.

Insights Facebook (estadísticas) también te permite ver páginas vistas, visitas únicas, y el



número de interacciones (es decir, comentarios, "me gusta" y así sucesivamente) que tu perfil ha tenido.

Esta información no está disponible para grupos, o para perfiles.

### 4. Promociona tu página de Facebook en los sitios web

Facebook tiene una gama de herramientas para promover tu perfil o página en sitios web. Este código es bastante simple y se puede cortar y pegar. También hay opciones para decidir lo que quieres mostrar.



Por ejemplo, la imagen aquí muestra el cuadro de promoción de Mashable, un blog muy popular de medios de comunicación social. Esto permite que alguien puede entrar en Facebook para convertirse en un "fan" directamente desde tu sitio web, sin tener que ir antes a Facebook.

## 5. Mantén tus actualizaciones relevantes

Facebook ahora permite a los usuarios "Ocultar" actualizaciones de amigos o de otras aplicaciones. Si se oculta una persona o una página, esto significa que sus cambios no aparecen en la página principal de noticias del usuario.

Los usuarios optan por ocultar las actualizaciones por una serie de razones, pero las más comunes son que las actualizaciones de la persona son demasiado frecuentes y ocultan otras actualizaciones.

Al mantener las actualizaciones de tu página o tu perfil, relevantes, interesantes y variadas, puede ayudar a que pocas personas oculten las actualizaciones de tu sindicato en Facebook.

## Siete maneras de usar Twitter por parte de los sindicatos

Twitter es definitivamente una de las aplicaciones más interesantes en Internet, el epítome de la web 2.0. Los sindicatos han sido tradicionalmente lentos en el uso de una nueva tecnología. Una encuesta rápida por muchas webs sindicales muestra que están seriamente desfasados (hablando de tecnología, si no de su contenido). Muchos sindicalistas y dirigentes consideran las herramientas de comunicación social como inútiles, una pérdida de tiempo, o no compatibles con la acción sindical. El sindicalista Eric Lee tiene algunas [opciones definidas de cómo los sindicatos pueden usar Twitter](#) (enlace).

El auténtico poder de Twitter es que es independiente de las plataformas. Recibes los mensajes donde te sea más cómodo. A través de tu página de Twitter en la web, o como un mensaje de texto en tu móvil, o a través de la mensajería instantánea que elijas, o a través de un feed RSS.

Eric ve Twitter como una útil herramienta de comunicación, capaz de ser breve, mensajes concisos para gran cantidad de gente, de forma barata y fácil. Desafortunadamente una de las características más útiles de Twitter, la recepción de SMS de las actualizaciones escogidas, ha sido desactivada en Australia (también en España). Sin embargo Twitter está creciendo a pasos agigantados, al igual que lo ha hecho Facebook. Especialmente para los sindicatos de "cuello blanco" (per también para los de "cuello azul" la posibilidad de enviar un mensaje del sindicato al ordenador de alguien o al móvil con capacidad de conectarse a Internet, es una opción muy útil.

Twitter como herramienta de organización es limitada. Pero definitivamente es una muy útil herramienta de comunicación, especialmente durante campañas sostenidas en el tiempo. Al igual que la mayoría de sindicatos no iniciarían una campaña sin notas de prensa, boletines por correo, carteles, folletos, emails y mensajes de texto, así deben empezar a utilizar sus equivalentes en Facebook y Twitter. Sin embargo Twitter no se

debe limitar a ñas actualizaciones de la página sindical. Twitter y facebook deben utilizarse para construir auténticas relaciones con los seguidores.

Los sindicatos que usan Twitter deben estar dispuestos a “ceder el control” de su liderazgo, para permitir la inmediatez que hace útil a Twitter.

Las siguientes sugerencia están basadas en mi experiencia personal de [uso de Twitter en la NTU](#)

## **Siete ideas para el uso de Twitter por los sindicatos**

### **1.- Presenta ideas originales y personales dentro de tu sector.**

Incluye reflexiones y opiniones sobre el sector de tu sindicato. De esta manera puedes hacer de tu sindicato una autoridad comentando en tu sector y construir relaciones con tus seguidores.

### **2.- Comparte fotos o eventos rápidamente.**

Herramientas como Twitpic y similares permiten compartir fotos de manera inmediata con los seguidores. Para los afiliados o simpatizantes que no pueden acudir a una concentración o una asamblea de delegados, subir una foto a Twitter les puede hacer sentir parte de la acción.

### **3.- Sigue las tendencias de Twitter**

Busca lo que la gente dice en Twitter de tu sindicato y los empresarios de tus afiliados. Hay muchas herramientas para buscar en Twitter y seguir las tendencias. Te puedes hacer una idea de si la gente habla positiva o negativamente sobre tu sindicato o sobre un empresario y estar al día de las noticias de tu sector.

### **4.- Interactúa**

Plantea preguntas y respóndelas. Implicate en conversaciones, especialmente las de tu sector. Eso ayuda a construir buena voluntad y a desarrollar tus relaciones. Esto es especialmente bueno si tienes muchas personas afiliadas siguiéndote.

### **5.- Elige a tus seguidores con cuidado**

Ignora los mensajes que ofrecen aumentar tus seguidores (spammers que dicen que te facilitarán seguidores pagando). Debes buscar seguidores que te siguen porque están genuinamente interesados en tu sindicato y en lo que tiene que decir. No sigas de manera “ciega” a quien te sigue. Comprueba que no se trata de Spammer o pornografía. No sigas simplemente las cuentas de sindicatos en Twitter. Si puedes cruza datos para saber que afiliados están en Twitter.

### **6.- Usa una aplicación de Twitter.**

La web de Twitter está bien, pero tiene sus limitaciones. Hay aplicaciones muy potentes para Twitter. Yo recomiendo Twitter-fox (una extensión para Firefox). Algunas aplicaciones se instalan en tu navegador y otras en tu escritorio. Tweetdeck es una aplicación muy popular aunque no la uso. Ambas, Twitter.fox y Tweet Deck son gratuitas. También puedes usar Hootsuite o Seismic

### **7.- Finalmente no ignores los fundamentos.**

Hay algunas grandes guías para Twitter. [Twitter para organizaciones](#) es un buen principio. Encuentra algo más en [Creative Unions](#).

# Tres consejos más sobre Twitter para sindicatos

Como Twitter ha crecido tan rápido, más y más sindicatos están abriendo cuentas en Twitter. Por un lado, esto es buena señal. Los sindicatos deben aprovechar los medios de comunicación social y las herramientas como Twitter. Por otra parte, muchos sindicatos no están siguiendo las reglas básicas de los medios de comunicación social, o no están siguiendo la etiqueta de Twitter.

Con el fin de ayudar a los sindicatos a mejorar la utilización de Twitter, he aquí tres consejos.

## 1.- Cuidado con los spammers

El ascenso de Twitter ha hecho que se abra un número cada vez mayor de cuentas de spam en Twitter. Lo promueven todo: desde el blanqueamiento de dientes, planes para hacerse rico rápido y pornografía. Los spammers son peligrosos.

Muchos de los vínculos que promueven (en especial las URL abreviadas como bitly o tinyturl) apuntan a malware, virus o sitios de phishing. Esto puede comprometer tanto a ti como a tus seguidores legítimos. También puede ser embarazoso si alguien (tal como un empresario o un afiliado hostil insatisfecho) se entera de que estás siguiendo las cuentas de Twitter de pornografía.

Además, los spammers explotan un rasgo común de los usuarios de Twitter que es seguir automáticamente a alguien que se convierte en tu seguidor. Es decir, los spammers confían en la buena voluntad para seguirlos, sin verificar su fiabilidad. Esto podría significar que la cuenta del sindicato termina siguiendo cientos de cuentas de spam.

Las cuentas del sindicato nunca deberían seguir automáticamente a alguien. Siempre verifica si la cuenta es legítima. También asegúrate de que la contraseña de tu cuenta es segura. Muchos Spammer tratan de hackear cuentas para distribuir malware.

Una gran herramienta a utilizar para comprobar el spam Twitter es TwitBlock.

## 2.- Vigila el ratio entre seguidores y cuentas que sigues.

Un error de base en el uso de Twitter es tratar de crear tu propia lista de seguidores siguiendo a cientos de personas, con la esperanza de que te devolverán el seguimiento. Esto distorsiona la relación seguidores - cuentas que sigues. La mayoría de la gente en Twitter gusta de seguir las cuentas con un montón de seguidores, en la creencia de que son interesantes, divertidas, informativas o etc.

Al seguir a alguien, envíale un Tweet, explicando por qué lo estás siguiendo (utilizando el símbolo @, seguido de su nombre). Si es afiliado, hazle saber que eres su sindicato en Twitter. Implica a las personas y organizaciones a las que sigues en una conversación.

Si tu cuenta sigue a un número elevado, pero no tiene muchos seguidores, podría demostrar que tus tweets no son muy interesantes y no vale la pena seguirlos. Este comportamiento es similar al mostrado por las cuentas de spam y las de Twitter de marketing. Lo último que queremos es que la cuenta de nuestro sindicato sea identificada como una cuenta de correo no deseado y metida en una lista negra.

Para crear tu lista de seguidores, hay que ir despacio y hacer tus tweets interesantes y relevantes. El número de personas que sigues debe ser aproximadamente igual o menor que el número de personas que te siguen.

Revisa tu propia cuenta en TwitBlock para ver si muestras el comportamiento asociado con los spammers (tales como los altos niveles de ignorados, el bloqueo o la disparidad entre los seguidores y seguidos).

Un aparte: no te suscribas o uses servicios que prometen aumentar el número de los seguidores de Twitter. El objetivo de Twitter es comprometer a tus seguidores, en vez de comprar seguidores que no están interesados en lo que tienes que decir.

### **3.- No tengas simplemente un feed RSS de tu sitio web**

Eric Lee sugiere que la [integración de tu cuenta de Twitter con el RSS de tu web](#) es una de las cosas buenas de Twitter. Humildemente estoy en desacuerdo. Tu cuenta de Twitter no sólo debe ser un mero reflejo (RSS) de lo que aparece en la web del sindicato.

Por supuesto, podrías tener enlaces a tu feed RSS. Pero no pueden ser el contenido exclusivo de Twitter. Asegúrate de añadir contenido único en Twitter (y en todas tus redes sociales). Proporciona a la gente una razón para seguir la cuenta de tu sindicato en Twitter más allá de obtener una lista de enlaces a tus artículos en la web.

Twitter no está diseñado solamente para canalizar el tráfico hacia su sitio web. Como herramienta de redes sociales, debe ser usado como un canal de comunicación adicional para hablar con tus afiliados, simpatizantes y para los no afiliados. Twitter es comunicación de dos vías, no radiodifusión.

### *Acerca de Alex White*

Soy coordinador de comunicaciones campañas del Sindicato Nacional de Enseñanza Superior (División de Victoria), donde soy responsable de la planificación estratégica, organización y actividades de campaña del sindicato.

Soy director fundador de las Creative Unions (sindicatos creativos), una nueva organización sin fines de lucro comprometida con el fortalecimiento de las estrategias del movimiento sindical, la comunicación y el diseño.

<http://aleithia.com.au>

Social Media for Unions Words by Alex White,

<http://alexwhite.org>

Design by Alex White, <http://aleithia.com.au>

Published by Aleithia Media and Communications

Melbourne, Australia

December 2010

I support environmentally sound practices and sustainability. This paper has not been printed in hard copy and is available only in electronic format.  
This work by Alex White is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial- ShareAlike 3.0 Unported License.

