



TRABAJO FINAL DE MASTER  
SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

**EL USO DE TWITTER  
EN LOS CONGRESOS PROFESIONALES:  
ESTUDIO DE CASO**

Alumna: Paula Traver Vallés

Tutor: Josep Corbasí Morales

## **ÍNDICE**

1. Introducción.....	p.3
2. Marco conceptual.....	p.4
2.1. Red social y comunidad virtual.....	p.4
2.2. Web 2.0. El caso del microblogging: Twitter.....	p.9
3. Estado de la cuestión.....	p.14
3.1. La evolución de los congresos profesionales a través de la web 2.0.....	p.14
3.1.1. Web 2.0, nuevos modelos de aprendizaje.....	p.16
3.1.2. Web 2.0, nuevas formas de difundir el conocimiento.....	p.18
3.1.3. Web 2.0, un espacio de interacción social.....	p.20
3.2. Estudios del uso de Twitter en los congresos profesionales.....	p.22
4. Objetivos.....	p.26
5. Preguntas de investigación.....	p.27
6. Hipótesis.....	p.27
7. Metodología.....	p.28
8. Resultados del trabajo de campo.....	p.30
8.1. Datos sobre el uso de Twitter.....	p.30
8.2. Clasificación de los usos de Twitter.....	p.34
8.3. Entrevistas en profundidad.....	p.40
9. Discusión de resultados.....	p.46
10. Conclusiones.....	p.49
11. Bibliografía.....	p.50
12. Anexos.....	p.56
12.1. Anexo I: Entrevistas en profundidad.....	p.56
12.2. Anexo II. Captura de pantalla Twitter.....	p.71
12.3. Anexo III: Captura de pantalla de aplicaciones utilizadas.....	p.72

## 1. Introducción

Antes de la aparición de Internet y de la web 2.0, los congresos profesionales se configuraban únicamente como espacios donde las personas acudían para intercambiar conocimientos acerca de las últimas novedades en su área de trabajo. Además, eran un espacio perfecto de encuentro entre colegas, que posiblemente sólo se veían una o dos veces al año en este tipo de eventos. Las ponencias se publicaban algunas veces en formato papel, aunque eran de difícil acceso para aquellos que no habían asistido al congreso, y muchas veces ni siquiera se publicaban. Gracias a las nuevas tecnologías, el acceso a la información se ha universalizado y es muy fácil acceder al conocimiento. Aunque no acudamos físicamente a un congreso, podemos estar al día de todo lo que allí ocurre e interactuar con otros usuarios que lo siguen gracias a las redes sociales. También podemos leer las ponencias aunque no se publiquen en formato papel, puesto que están accesibles a través de la propia web del congreso o de distintas redes sociales. Las relaciones con este tipo de personas que sólo veíamos una o dos veces al año se ven reforzadas gracias a un contacto continuo en las redes sociales.

Con la aparición de la web 2.0 surgen en la red nuevas formas de comunicación que se utilizan no sólo con fines de socialización, sino también para compartir conocimiento. Una de estas herramientas de reciente aparición es Twitter. A caballo entre el microblogging y las redes sociales, Twitter se presenta cada día más innovador por la variedad de sus usos. En este estudio vamos a ver cuál es el uso que se le da en los congresos profesionales, y vamos a centrarnos en el estudio de un caso, que nos permitirá conocer en detalle qué utilización se hace de la herramienta, ver si se crean comunidades virtuales alrededor de la misma y qué valor añadido se obtiene gracias a la utilización de Twitter en este contexto.

## 2. Marco conceptual

### 2.1. Red social y comunidad virtual

Aunque el concepto de “sitio de red social”, referido a las redes sociales en internet, es muy reciente (Boyd & Ellison sitúan el nacimiento del primer sitio de redes sociales en el año 1997), las redes sociales han despertado el interés de las ciencias sociales desde mucho antes del nacimiento de internet.

Según J. Scott (1991, citado por Lozares, (1996)) los orígenes históricos de las **teorías de las redes sociales** podemos encontrarlos en la teoría del Gestalt y la teoría matemática de los grafos, y en el estructural-funcionalismo antropológico entre 1930 y 1940, no habiendo en esa época constancia de influencias mutuas entre estas corrientes.

Desde la teoría de Gestalt, psicólogos como Moreno, Heider, Bavelas, Festinger o Cartwright trabajaron sobre pequeños grupos a partir de los modelos de grafos teóricos para dar cuenta de la estructura social de los mismos y poner de manifiesto que la estructura del grupo afecta a los comportamientos individuales.

En cuanto a las corrientes antropológicas, John Barnes fue el primer autor que utilizó el análisis de las redes en su estudio “Class and Committees in a Norwegian Island Parish” (1954), donde describía el sistema social de una pequeña comunidad de pescadores y la primera definición de red social: “un conjunto de puntos algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos de la imagen son personas o a veces grupos, y las líneas indican qué individuos interactúan mutuamente. Podemos pensar claro está, que el conjunto de la vida social genera una red de este tipo”.

También se consideran clásicos los estudios de Elisabeth Bott (1957), S.F. Nadel (1957), Philip Mayer (1964). Clyde Mitchell (1973) representa la

convergencia de las escuelas antropológicas y las teorías de los grafos, poniendo las bases sistemáticas para el análisis social de las redes (Lozano, 1996).

A partir de los años 70, se produce una ruptura de las corrientes anteriores y el estructuralismo de Harvard protagonizado por la escuela de White (1963), Boyd (1969), Lorrain y White (1971) toma el relevo en el análisis de las redes sociales.

Según Lozares (1996) las Redes Sociales pueden definirse como un conjunto bien delimitado de actores -individuos, grupos, organizaciones, comunidades, etc.- vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales. En la definición de Mitchell (1969:2) se destaca además que las características de estos lazos en tanto que totalidad pueden ser usados para interpretar los comportamientos sociales de las personas implicadas, pero parece más bien un objetivo genérico que un criterio específico de definición. Otras definiciones son más instrumentales o más centradas en el aparato metodológico, como la de Freeman (1992): colección más o menos precisa de conceptos y procedimientos analíticos y metodológicos que facilita la recogida de datos y el estudio sistemático de pautas de relaciones sociales entre la gente.

Autores como Barabási (2003), cuando se refieren al concepto de red social, acuden a la teoría de los **Seis Grados de Separación**, según la cual todas las personas del planeta están conectadas a través de no más de seis grados de separación. La relación con las redes sociales surge de la idea de que conociendo a unas cuantas personas, podemos conocer a unas cuantas más que pertenecen a sus redes, de manera que se podría llegar a conocer a la población humana entera.

Barabási explica el experimento que realizó en 1967 Stanley Milgram para probar la teoría de los Seis Grados de Separación, que llamó "el experimento del mundo pequeño". En este experimento, se seleccionaron al azar a varias

personas del medio oeste estadounidense para que enviaran tarjetas postales a un extraño situado en Massachusetts. Los remitentes conocían el nombre del destinatario y su localización aproximada. Se les indicó que enviaran el paquete a una persona que ellos conocieran directamente y que pensarán que fuera la que más probabilidades tendría de conocer al destinatario. Esta persona tendría que hacer lo mismo y así sucesivamente hasta que el paquete fuera entregado personalmente al destinatario. La entrega del paquete solamente llevó, como promedio, entre cinco y siete intermediarios.

En cuanto a las redes sociales por Internet también han sido denominadas como sitios de redes sociales. Entendemos por **sitio de red social** un servicio basado en web que permite a los individuos (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) ver y recorrer su lista de las conexiones y de las hechas por otros dentro del sistema (Boyd, DM & Ellison, NB, 2007).

Aunque el primer sitio reconocido de red social se lanzó en el año 1997 (SixDegrees.com), no es aproximadamente hasta el año 2004 cuando las redes sociales digitales empiezan a ganar en popularidad, lo que ha llevado a que recientemente esté emergiendo la investigación desde diversas tradiciones disciplinarias para centrarse en la comunicación mediada por ordenador (CMC) (Boyd, DM & Ellison, NB, 2007).

Muchas veces, cuando se menciona el término de redes sociales en Internet, se acude también al concepto de “**comunidades virtuales**”, a pesar de que no son sinónimos, sino conceptos relacionados entre sí, en el sentido de que las redes sociales pueden crear comunidades virtuales, aunque esto no suceda necesariamente, y las comunidades virtuales suelen encontrarse en las redes sociales.

El concepto de comunidad virtual tiene su origen en el concepto de comunidad “tradicional”. Según Sánchez y Saorín (2001), comunidad es un

concepto con un valor polisémico, pero como idea global obedece al imperativo antropológico de encuentro social y a la necesidad de crear sentido y dar forma a la sociedad humana. En ella se consolida un sentimiento de pertenencia entendido como el sentimiento psicológico de la comunidad, en el que uno debe sentirse miembro, lo cual es determinante para la propia identidad del sujeto. La comunidad es un tejido de relaciones sociales, que puede estar fundamentada en el territorio (por ejemplo, una ciudad), en intereses comunes (por ejemplo asociaciones, clubes), o en características comunes de los sujetos (por ejemplo, colegios de abogados), pero de la que nos interesa sobre todo que supone una definición de la interacción humana como constitutiva de la realidad social.

Desde la llegada de las tecnologías de la información y la comunicación, el espacio físico y temporal que caracterizaba a las comunidades tradicionales se ve difuminado, de manera que ya no tiene que ser el mismo para todos los miembros, puesto que el espacio es la propia red. En estas comunidades, se carece del contacto humano cara a cara, pero se dan similares características que en las comunidades anteriores en cuanto a lazos personales, colaboración y sentimiento de pertenencia.

El concepto de comunidad virtual es muy controvertido y podemos encontrar muchas definiciones en la literatura académica. Algunas de las más relevantes son citadas por Jones SG (2003), como la de Sandy Stone: “son espacios sociales incontrovertibles en los que la gente todavía se encuentra cara-a-cara, pero bajo nuevas definiciones tanto de “encuentro” como de “cara [...] Las comunidades virtuales son puntos de paso para conjuntos de creencias y prácticas comunes que unieron a gente que estaba físicamente separada.” y la de T. Bender: “ Las comunidades no son definidas en Internet como lugares, sino como redes sociales, como redes sociales de lazos interpersonales que proporcionan sociabilidad, apoyo, información, un sentimiento de pertinencia y una identidad social”.

Otro autor que ha dedicado parte de su obra al estudio de las comunidades virtuales es Howard Rheingold (1996), que las define como “agregaciones

sociales que emergen de la Red cuando un número suficiente de personas entabla discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentido humano, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio". Por su parte, Preece (2000) define las comunidades virtuales a través de los siguientes elementos: (1) gente que desea interactuar para satisfacer sus necesidades o llevar a cabo roles específicos, (2) que comparten un propósito determinado (un interés, una necesidad, un servicio o un intercambio de información) que constituye la razón de ser de la comunidad virtual, (3) con una política que guía las relaciones y (4) con unos sistemas informáticos que median las interacciones y facilitan la cohesión entre los miembros.

Según Armstrong y Hagel (1997) las comunidades virtuales satisfacen alguno de los cuatro tipos de necesidades en sus usuarios:

1. Interés: las comunidades virtuales permiten a los individuos compartir información acerca de los temas que les interesen.
2. Relación: en las comunidades virtuales pueden encontrarse personas con experiencias similares.
3. Fantasía: a través de comunidades virtuales construidas los miembros pueden compartir experiencias fantásticas, p.e. visitar mundos virtuales, jugar, etc.
4. Transacción: en las comunidades virtuales los individuos pueden efectuar intercambios económicos.

Como vemos, es intrínseco de las comunidades virtuales su configuración social a través de intereses comunes, lo que hace de las redes sociales en Internet un lugar perfecto para generar comunidades, por ejemplo, en redes sociales genéricas como Facebook se pueden generar comunidades a través de grupos de interés, y en redes sociales más específicas (como las relacionadas con el ocio: la lectura, el cine, etc.), se genera comunidad a través de las personas que se encuentran entorno a su interés común e interactúan entre sí.



En definitiva, una red social en Internet es un sitio web donde el usuario tiene un perfil propio y una lista de amigos, con los cuales puede interaccionar de diversas maneras. Además, estos amigos tienen a su vez sus listas de amigos y así sucesivamente (como ejemplo hemos mencionado Facebook). Una comunidad virtual va más allá porque se basa en el sentimiento de pertinencia de los usuarios, siendo necesaria la colaboración entre los mismos y la creación de lazos personales (por ejemplo, un grupo en Facebook sobre enfermos que se apoyan entre si).

## **2.2. Web 2.0. El caso del microblogging: Twitter**

Desde que Tim O'Reilly (2005) definiera el concepto de **web 2.0** en una conferencia de la editorial O'Reilly Media en el año 2004, cada vez han aparecido más aplicaciones asociadas a este nuevo concepto de web, con las más variadas finalidades y originales formas de difundir la información y el conocimiento.

El concepto que Tim O'Reilly acuñó fue un cambio de concepción de la web, surgido tras el estallido de la burbuja .com en el año 2001, que tenía como principales características las siguientes:

1. la web como plataforma, en el sentido de que la web supera las aplicaciones.
2. el aprovechamiento de la inteligencia colectiva, que sitúa al usuario como máximo protagonista de la red, puesto que ésta se alimenta de sus propias contribuciones.
3. La importancia de los datos, ya que toda aplicación significativa de Internet ha sido desplazada por una base de datos especializada, por lo que la gestión de bases de datos se convierte en una competencia básica de las compañías de web 2.0.
4. El fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software, que deja de tener sentido porque Internet se entrega como un servicio, no como un producto.

5. Modelos de programación ligeros, ya que los servicios web de más éxito han sido los más sencillos, como por ejemplo, el RSS.
6. El software no limitado a un solo dispositivo, ya que las aplicaciones se pueden consultar desde cualquier PC, móvil...son aplicaciones web, que ya no residen en nuestro disco duro.
7. Experiencias enriquecedoras del usuario, en el sentido de que se crean aplicaciones web con interfaces de usuario ricas, gracias a nuevas tecnologías como Ajax.

Según Tim O'Reilly, los servicios de la web 2.0 mejoran cuanto más gente lo use. Por tanto, una de las claves de la web 2.0 es que los usuarios añaden valor, es decir, que gracias a la participación y la colaboración por parte de los usuarios escribiendo o comentando blogs, editando wikis, participando en redes sociales, etc., los mismos se convierten en autores y comparten información con otros usuarios, todos ellos interconectados entre sí, además de que enriquecen la red con sus aportaciones. En este sentido, para O'Reilly una de las claves del éxito de la web 2.0 es el aprovechamiento de la **inteligencia colectiva**. En este nuevo paradigma de web, cada usuario puede ser a la vez el editor o el autor de una información, por lo que las webs se construyen gracias a la aportación de todos los usuarios, gracias a la inteligencia colectiva.

Tanto las redes sociales como las comunidades virtuales, son lugares idóneos para que se desarrolle la inteligencia colectiva, un concepto que muchos autores han destacado como imprescindible en los nuevos servicios de la web.

Según Pierre Lévi (1997), la inteligencia colectiva "es una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias". Se parte desde la premisa de que nadie lo sabe todo y de que todo el mundo sabe algo, que el conocimiento está en la humanidad entera, por lo que poniendo voluntad por parte de todos se crea una inteligencia colectiva que enriquece mutuamente a las personas. De este modo, el ciberespacio se convierte en

un espacio idóneo donde las interacciones entre las personas y sus conocimientos hacen posible una inteligencia compartida.

Ribes (2007) describe la relación entre la inteligencia colectiva y la web 2.0, desde el punto de vista de que la web 2.0 ofrece herramientas para trabajar en entornos contributivos y ofrece a los usuarios la posibilidad de ejercer su inteligencia colectiva. Divide las actividades de la inteligencia colectiva en internet en tres grandes grupos: la producción de contenidos, la optimización de recursos y el control ejercido sobre contenidos e individuos.

- la producción de contenidos: la inteligencia colectiva se entiende como la suma de los trabajos individuales de millones de usuarios. Como ejemplo encontramos la página de marcadores sociales de.icio.us y el repositorio de imágenes flickr. El valor de estas páginas se corresponde con la cantidad de referencias disponibles.
- La optimización de recursos: como ejemplo, las redes P2P para compartir ficheros, donde la eficacia se mide por la cantidad de ficheros que se comparten. Además, los usuarios también comparten su infraestructura propia, como una parte del disco duro o parte de la banda ancha, necesarias para que el sistema funcione. En estos sistemas se premian a los usuarios que comparten más material, de manera que los usuarios se ven motivados a compartir recursos.
- El control ejercido por contenidos y usuarios: aunque en la inteligencia colectiva no existe una figura central que organice el proyecto, Ribes afirma que es la propia inteligencia colectiva la que ejerce el control. Así, es la propia comunidad de usuarios la que califica, valora o recomienda unos recursos. Este control se puede ejercer de dos maneras:
  - o De forma plebiscitaria: la comunidad otorga valor, como colectivo, a los contenidos. Esto ocurre por ejemplo en el buscador Google, donde la prioridad de un enlace depende

de las veces en las que los usuarios lo han incluido en sus propias páginas.

- De forma de edición permanente: el ejemplo por excelencia son los wikis, como la Wikipedia, donde cualquier usuario tiene la misma jerarquía y cualquiera puede editar, modificar, añadir,... los contenidos de los demás.

En conclusión, la inteligencia colectiva surge de la colaboración de los individuos, siendo Internet un espacio idóneo para que ésta se desarrolle, puesto que en la red cualquier usuario puede aportar información y compartir conocimiento.

Por otra parte, también se conoce a la web 2.0 como **web social** (los términos “social computing” y “social media” tienen connotaciones similares). Para Boyd (2003), el software social es software construido a partir de una o más de las siguientes premisas:

- Dar soporte a la interacción conversacional entre individuos o grupos – incluyendo conversaciones en tiempo real o diferido, e.g. mensajería instantánea y espacios de colaboración para equipos de trabajo, respectivamente.
- Dar soporte a la realimentación social –que permita a un grupo valorar las contribuciones de otros, quizás implícitamente, permitiendo la creación de una reputación digital.
- Dar soporte a las redes sociales –para crear y gestionar explícitamente una expresión digital de las relaciones personales de los individuos, así como para ayudarlos a crear nuevas relaciones.

Algunos ejemplos de web 2.0 son los blogs, los wikis, las redes sociales (desde las más genéricas a las más específicas), los podcasts, la sindicación por RSS, etc. Como vemos, es un campo muy extenso, por lo que en nuestro trabajo vamos a centrarnos en el **microblogging**.

Según Templeton (2008), el microblogging es una forma de blogging a pequeña escala, generalmente formada por cortos, concisos mensajes, usados por consumidores y empresarios para compartir noticias, publicar actualizaciones de estado y mantener conversaciones. Otros autores, hacen referencia a sus características como red social, por ejemplo según McFedries (2007) , un microblog puede ser visto como un weblog restringido a 140 caracteres pero mejorado con características de las redes sociales.

Twitter, el servicio de microblogging en el que vamos a centrar nuestro trabajo, es el más conocido de este tipo de herramientas y el primero que apareció, en el año 2006.

El funcionamiento de Twitter consiste en escribir mensajes de como máximo 140 caracteres en el que los usuarios difunden cualquier tipo de información (propia o mediante el reenvío de los mensajes de otros, llamados “retweets”) o interactúan con otros usuarios, pudiendo realizar otras tareas como enviar mensajes privados, buscar usuarios o temas de interés, crear comunidad a través del uso de “hashtags” (etiquetas), crear listas, etc.

Fundamentalmente, Twitter permite escribir mensajes para compartir información, habitualmente en forma de texto y enlaces que bien contienen hipervínculos externos o archivos, fotos, etc. Además, como red social, nos permite interactuar con otras personas y construir un perfil consultable por los usuarios del sistema, así como hacer listas de usuarios y ver a la vez, los contactos de los mismos, permitiendo así que nuestra red se amplíe. Como vemos, Twitter cumple perfectamente con los requisitos de cualquier red social.

Según la definición de la propia página de Twitter, “es una red social de información en tiempo real que te conecta a las últimas noticias que encuentres interesantes. Simplemente tienes que encontrar los canales públicos que encuentres más convincentes y seguirlos” .

A partir del año 2009, Twitter empieza a registrar un éxito enorme. Algunos datos aportados por Ev Willians, co-fundador de Twitter en “Chirp- The Tweeter Development Conference” (Abril 2010):

- 105.779.710 usuarios registrados
- 180 millones de visitas al mes
- 300.000 usuarios nuevos por día
- 600 millones de búsquedas al día

Parece que el microblogging es el presente de la red y tal vez el futuro, con las distintas aplicaciones y usos que van surgiendo. Parte su éxito se debe a la inmediatez, la accesibilidad (con la misma facilidad se puede usar desde un móvil que desde un ordenador, y han surgido distintas aplicaciones que facilitan esta tarea), la integración con otras plataformas (nuestras conversaciones en Twitter se pueden añadir a nuestro blog o a nuestro perfil en distintas redes sociales), etc. Poco a poco, no hay empresa ni navegante que pueda obviar la existencia de Twitter, y cada vez son más los adeptos que va ganando, como hemos podido ver por las cifras que hemos aportado.

### **3. Estado de la cuestión**

#### **3.1. La evolución de los congresos profesionales a través de la web 2.0**

En nuestro trabajo vamos a centrarnos en cómo los **congresos** utilizan herramientas de la web 2.0 para difundir el conocimiento. Veremos que a parte de los usos tradicionales que se dan en las redes sociales, blogs, microblogs, etc. hay otros menos conocidos, basados en la difusión del conocimiento, donde lo importante es compartir información e incentivar el aprendizaje.

Según el diccionario de la Real Academia Española, un congreso es “una conferencia generalmente periódica en la que los miembros de una asociación, cuerpo, organismo, profesión, etc., se reúnen para debatir

cuestiones previamente fijadas”. Por otra parte, una conferencia es una “disertación en público sobre algún punto doctrinal”.

A lo que añadiremos que en el funcionamiento de un congreso, en nuestro caso de tipo profesional, generalmente, suele haber una serie de personas que presentan información novedosa sobre un tema y un público que escucha estas presentaciones, aprende de ellas, se actualiza en su profesión, y finalmente, si se da el caso, debate sobre el tema. Para finalizar, las personas que han hecho sus presentaciones publican el resultado de sus trabajos en las actas del congreso o quizá más tarde en alguna publicación científica.

Por tanto, en relación al conocimiento, dos cosas suceden fundamentalmente en un congreso profesional tradicional: 1) los asistentes aprenden y 2) los conferenciantes presentan y publican los resultados de sus trabajos.

En el campo de lo social, por supuesto, también ocurre algo muy importante y es que es un lugar idóneo para hacer contactos interesantes: conocer gente de nuestra misma profesión o ámbito de estudio o volver a ver a personas ya conocidas a las que habitualmente no vemos. Se trata de lo que se ha venido a denominar “networking”, una forma sistemática de cuidar las relaciones con amigos, conocidos, compañeros de negocios y benefactores (Scheler, 2002). Evidentemente, cuantas más personas interesantes conocemos, más posibilidades de acceder a conocimiento tenemos, puesto que estas personas pueden compartir su sabiduría con nosotros, y nosotros con ellos.

Como podemos imaginar, tanto con lo que se relaciona con el conocimiento como con lo social, han habido cambios en la forma en la que tienen lugar estos hechos.

### 3.1.1. Web 2.0, nuevos modelos de aprendizaje

Podríamos establecer cierto paralelismo entre la actividad que se desarrolla en los congresos y la educación, en el sentido de que como hemos comentado, en los congresos también existe un proceso de aprendizaje, y aunque a un nivel más profesional, hay alguien que enseña y alguien que aprende, y se produce una comunicación entre ambas partes.

En el **ámbito del aprendizaje**, ya son muchos los autores que han subrayado las bondades de la web 2.0 en la educación, o educación 2.0. Entre ellos, Stephen Downes (2005) acuñó en concepto de “E-Learning 2.0” para referirse al uso de wikis, weblogs y podcasts para la educación.

En el ámbito español, Peña, Córcoles y Casado (2006) comentan que la web 2.0 ha convertido Internet no sólo en una gran fuente de recursos, sino además en una plataforma donde trabajar con esos recursos. Resaltan la importancia de los blogs y los wikis por su facilidad de uso y las posibilidades que ofrecen de comunicación. Señalan que con la web 2.0 se dispone, por primera vez, de una solución para la publicación de información accesible tanto a profesores como a estudiantes, lo que permite extender el aula más allá de sus límites físicos y temporales. Además, el proceso de aprendizaje es más rico porque el estudiante puede exponer dudas y realizar preguntas, así como compartir información con el profesor o con otros estudiantes, lo que favorece el debate constructivo. Los congresos profesionales también se aprovechan de estas ventajas de la web 2.0 puesto que también extiende su espacio más allá de límites físicos y temporales, y también ofrece a las personas que lo siguen un marco donde exponer dudas y realizar preguntas.

El microblogging, como no, también ha sido destacado como una de las herramientas que pueden cambiar la formación. Uno de los autores que más ha estudiado el microblogging es Ebner, que ha analizado en alguno de sus estudios este fenómeno desde el punto de vista educativo. Junto con Maurer (2009), hizo un experimento en la educación universitaria (Graz University of



Technology) para comprobar si los blogs y los microblogs pueden cambiar la escritura científica. Para ello, crearon dos grupos, unos que participaban en clase mediante el blogging o microblogging y otros que usaban métodos tradicionales como escritores científicos o revisores. Concluyeron que los weblogs y microblogs pueden mejorar las clases aportando recursos de internet y debatiendo sobre ellos. No obstante, las nuevas tecnologías no pueden reemplazar los ensayos y artículos, puesto que son de distinta naturaleza. En el caso de los congresos profesionales, también vemos que los weblogs y los microblogs aportan un valor añadido, gracias a la inclusión de recursos de Internet que sirven para reforzar las ponencias o aportar los enlaces de lo que se está comentando en cada momento.

En otro estudio, Ebner y otros (2010) han seguido estudiando los usos del microblogging en la educación universitaria, llegando a la conclusión de que el microblogging es una nueva forma de comunicación, donde no es tan importante la transferencia de la información o los mensajes de “status”, sino la oportunidad de ser parte de algo a través de la lectura, los comentarios, la discusión,... El microblogging puede ayudar a los usuarios a estar virtualmente presentes y a ser parte de una comunidad que está trabajando en un problema específico, sin restricciones de tiempo o de espacio. Según estos autores, el microblogging tiene un gran potencial de futuro para expandir la enseñanza y el aprendizaje más allá de las aulas físicas. En los congresos profesionales también vemos el valor comunicativo de este tipo de herramientas, donde además se integran aquellos que no están presentes, formando una comunidad alrededor de un tema.

También Grosseck y Hololescu (2008) apuestan por Twitter como una herramienta efectiva para el desarrollo profesional y la colaboración con los estudiantes, que puede cambiar las reglas y los modelos de la pedagogía en respuesta de las necesidades de los estudiantes. Además, en su estudio sobre estas herramientas encontraron valiosas las interacciones producidas en Twitter y los logros de su red social en Twitter en el contexto educativo.

En cierto modo, podemos pensar que así como la web 2.0 puede proporcionar ventajas en el ámbito del aprendizaje, cuyos métodos vemos que van cambiando con la aparición de las nuevas tecnologías, y aun cambiarán más en el futuro, también puede ocurrir así en el ámbito de la comunicación en los congresos profesionales, que como hemos mencionado son, de algún modo, formativos, en el sentido de aprendizaje informal.

### **3.1.2. Web 2.0, nuevas formas de difundir el conocimiento**

Como hemos mencionado, otra de las características de los congresos es que se publican resultados de investigación, o en el caso de los congresos profesionales, se publican trabajos novedosos en un área concreta. En este sentido, Elías (2009) explica el concepto de la **cultura convergente** aplicada a la comunicación científica. En el mundo de la cultura convergente, los esquemas tradicionales de comunicación como el modelo de Jakobson emisor-mensaje-receptor (1994) quedan radicalmente distorsionados. Es un mundo donde la cultura de masas se convierte en alta cultura y la alta cultura en cultura de masas. En el campo de la comunicación científica, la comunicación pública de la ciencia tiene dos fases: la comunicación entre científicos, y después, entre éstos y la opinión pública. Así ocurre también en los congresos profesionales, donde las comunicaciones pasan de realizarse ante un público concreto a extenderse a toda la sociedad para que se conozcan las novedades más destacadas de un tema concreto.

Con la irrupción de las nuevas tecnologías y la aplicación de la web 2.0 a los congresos, cambia el modelo de comunicación, ya que aunque se sigue realizando la primera fase de comunicación entre científicos, la comunicación a la opinión pública se produce prácticamente al mismo tiempo, ya que ahora coexisten varios canales de comunicación. Se pone como ejemplo el congreso anual de la Unión Astronómica Internacional (enero 2009). En este congreso, se podían descargar desde la página web los vídeos de la conferencia, y se publicaron los materiales adicionales como presentaciones en power point, lo que facilitó el poder seguir las conferencias a pesar de la

distancia física. Además, prácticamente la totalidad de los asistentes asistió al congreso con su portátil con conexión a Internet, lo que permitió que el grupo de gente que tenía sus propios blogs retransmitiera las ponencias en tiempo real, y a su vez se generaran debates en estos mismos blogs y se hicieran preguntas que respondieran los ponentes en las conferencias en tiempo real. Otro grupo de participantes tenía perfiles en redes sociales como Facebook, lo que permitió que se retransmitieran comentarios también a través de redes sociales. A su vez, los periodistas no sólo informaron del evento de la manera tradicional, sino que a su vez, reflejaban lo que se iba diciendo en los blogs, lo que hizo que la cobertura fuera mundial. De este modo, Elías explica cómo la comunicación científica convergente tiene un gran potencial.

Antes, los periodistas eran los que se encargaban de difundir los resultados de las investigaciones presentadas en congresos al gran público, a través de noticias en medios de comunicación. Hoy en día, cualquier persona con un mínimo de conocimiento sobre nuevas tecnologías puede ser transmisora de este tipo de información, y además, mucho más rápido de lo que se hacía antes. Por tanto, se les da a los asistentes a los congresos un protagonismo que antes no tenían. Pasan de ser sujetos pasivos, que simplemente escuchan los mensajes transmitidos por los ponentes, a ser sujetos activos, que tienen como misión transmitir información y generar debate a partir de las comunicaciones.

Por otro lado, gracias a la utilización de las redes sociales en los congresos, también se amplían los canales de comunicación a la comunidad científica, puesto que los textos completos de las conferencias o presentaciones utilizadas no sólo se recogen en libros de actas o revistas, sino que además están colgados en Internet en la misma página web del congreso o en blogs, redes sociales, etc. lo que hace que estas **comunicaciones** tengan una mayor visibilidad.

Como vemos, actualmente, la comunicación de resultados de investigación puede producirse de manera diferente a como se venía haciendo

tradicionalmente, utilizando herramientas de la web 2.0. Es lo que se ha venido a llamar “**ciencia 2.0**”, que según Cabezas-Clavijo y otros (2009) es el conjunto de servicios y aplicaciones basados en la colaboración y participación del usuario dentro del campo científico. Según estos autores, los investigadores son reticentes a utilizar las herramientas de la web 2.0, pues la comunicación social de la ciencia siempre ha sido una tarea difícil para los científicos (no han estado suficientemente motivados para ello), pero por otro lado, también se está entendiendo como la llave para establecer colaboraciones con otras personas o grupos de investigación, lo que puede dar lugar a más publicaciones.

En el campo de los congresos profesionales, aunque no sean exclusivamente científicos, en algunas ocasiones sí transmiten conocimientos que se han logrado bien gracias a investigaciones científicas bien gracias a la aplicación profesional, por lo que el concepto de ciencia 2.0 es relevante a la hora de comprender las tendencias en el campo de la investigación y de la comunicación de sus resultados, o de la comunicación de resultados de trabajos novedosos como ocurre en los congresos profesionales. En el caso de Twitter, es una aplicación que se puede utilizar con distintos fines, pero entre ellos se encuentra también la colaboración y participación de los usuarios dentro del campo científico, por lo que, al igual que otras herramientas de la ciencia 2.0, podemos decir que Twitter también se usa para comunicar la ciencia.

### **3.1.3. Web 2.0, un espacio de interacción social.**

Ya hemos comentado la importancia de lo social en la web 2.0. Según Stephen Downes, la web 2.0 no es una tecnología sino una actitud, lo que significa que no es una revolución tecnológica, es una revolución social.

Una de las características más importantes de los sitios de redes sociales es el de mantener el contacto con las personas que conocemos o ampliar nuestros contactos, por lo que la característica social es fundamental en la

utilización de estos sitios: escribimos para nuestros contactos, leemos a nuestros contactos, comentamos a nuestros contactos, organizamos a nuestros contactos en nuestra agenda,...todo se basa en interactuar con otras personas.

Por tanto, la web 2.0 es, predominantemente social, y aunque las redes sociales son los lugares donde más se manifiesta esta característica, en realidad todas las herramientas (blogs, microblogs,...) se basan en este principio.

Las ventajas sociales de la web 2.0 pueden utilizarse tanto desde el punto de vista personal como el profesional. En el caso de nuestro estudio, nos interesa más el aspecto profesional de la utilización de las redes. Cada vez más, profesionales de todos los ámbitos están comprendiendo la importancia de crearse una **identidad digital** que se corresponda con su labor como profesionales, y que les sirva para ampliar sus oportunidades a distintos niveles.

En el caso del perfil profesional específico que nos ocupa, como es el **profesional de la información**, ya ha sido estudiado por diversos autores, como Peset y otros (2008), que creen que los bibliotecarios-documentalistas encajan perfectamente en la web 2.0 porque la misión fundamental de su trabajo es compartir información. Además, parte de los objetivos que tienen estos profesionales en las redes son sociales, como por ejemplo establecer redes de contactos, crear grupos de interés, y comunicarse con otros profesionales (Arroyo, 2008).

Los congresos profesionales, que ya tradicionalmente venían configurando un espacio social donde los profesionales se encontraban y fortalecían sus vínculos o empezaban nuevos, también están sabiendo sacar partido a la web 2.0 en su aspecto social, contactando con personas presentes en el congreso o seguidoras del mismo en la red, a través de distintas herramientas.

Por otro lado, el modo en que las personas interactúan entre sí y crean vínculos nos hace pensar que en Twitter, y concretamente en muchas de las ocasiones en las que esta herramienta se utiliza en los congresos, se crean verdaderas **comunidades virtuales**.

En Twitter se pueden generar comunidades virtuales de diversas maneras, pero la más importante, y sobre todo teniendo en cuenta de que estamos viendo la manera como Twitter se utiliza en el marco de un congreso profesional, es a través del uso de “hashtags” o etiquetas.

Los hashtags se identifican por tener un asterisco delante de la palabra previamente fijada para identificar un congreso (por ejemplo, nuestro estudio de caso es #xwkrebun). La utilización de ese hashtag en uno de nuestros mensajes en Twitter tiene dos funciones: identificar que nuestro mensaje se refiere a dicho tema (el congreso) y permitir a los usuarios recuperar todos los mensajes que contienen dicha etiqueta. En el caso de un congreso, a través del hashtag podemos seguir todos los mensajes escritos, ya sean de participantes o de personas que lo siguen por la red. Esto no solo nos permite compartir información, sino también interactuar con otros usuarios, manifestando nuestra presencia y participando de un modo activo, conociendo usuarios que de otro modo no conoceríamos y haciéndonos sentir parte de algo, no solo del evento físico en el que estamos presentes, sino también de una comunidad virtual.

### **3.2. Estudios del uso de Twitter en los congresos profesionales**

A pesar de que son muchas las herramientas de la web 2.0 que se están utilizando como apoyo en los congresos profesionales (blogs, Facebook, Twitter, Youtube, Slideshare, Flickr, etc.), se observa que Twitter ha sido analizada con más frecuencia por los autores, por ser una herramienta con mayor potencial en la comunicación y difusión de la información en este tipo de acontecimientos.

Como hemos mencionado, generalmente, los congresos utilizan un “hashtag”, una etiqueta, que todas las personas vinculadas al congreso hacen servir para escribir mensajes relacionados con los temas de las conferencias. Estos mensajes pueden ser difundidos a través de otras vías, como por ejemplo, la página web del congreso, lo que permite seguir todos los mensajes relacionados con el congreso en cuestión a través de otras plataformas (la web, blog, etc.) y más tarde analizar los usos e interacciones que se han dado.

Algunos de los principales estudios alrededor de Twitter y su uso en los congresos son los siguientes:

Ebner y Reinhardt (2009) analizan el uso de Twitter en una conferencia sobre e-Learning llamada ED-MEDIA 2009 y concluyen que Twitter se usa para intercambiar diferentes recursos (hiperlinks, imágenes, videos,..), intercambiar actividades sociales (visitas a la ciudad organizadas por el congreso), intercambiar documentación de las actividades del congreso (posters, presentaciones, notas, ...), proporcionar comunicados oficiales del congreso, posibilidad de feedback o de preguntar a los miembros de los comités, organizar encuentros, debatir con las personas que solo están participando online, hacer comentarios de las conferencias, y debatir con gente diferente sobre las presentaciones y los temas del congreso. Para estos autores, la comunidad científica está empezando a incorporar Twitter como una herramienta importante para comunicarse e intercambiar pensamientos, recursos y enlaces.

En otro estudio, Ebner y otros (2010) destacan la importancia de Twitter no solo por su importancia como canal de comunicación, sino porque está cambiando la manera como la gente intercambia información. Parten del análisis de EduCamp 2010 en Hamburg (Alemania) y diferencia entre tres tipos de usos: la comunicación entre los participantes, la comunicación entre los organizadores/ presentadores y la cobertura de información dirigida a los que no están presentes. Su análisis revela que el uso de Twitter para difundir

la información del congreso entre los no-participantes tiene una eficacia limitada, ya que los mensajes fuera de su contexto carecen de sentido, a no ser que se acompañen de enlaces o fotografías. Una posible interpretación de los resultados podría ser que el uso de Twitter sigue otra lógica, como por ejemplo el uso como canal de comunicación por los congresistas; el uso para promocionarse a si mismo a través de las citas y “retweets” de los demás; el mostrar las conexiones que tenemos con los demás, del mismo modo que hacer nuevos contactos; usarlo como un bloc de notas público donde recoger las ideas más relevantes; el uso como una herramienta de evaluación, por ejemplo el nivel de satisfacción de los participantes.

Letierce y otros (2010) estudian los mensajes de Twitter de tres conferencias a través del uso de sus “hashtags” oficiales. Empezaron este estudio tras la realización de una encuesta que mostró que muchos investigadores utilizaban Twitter para comunicarse alrededor de su tema de investigación. Se dieron cuenta de que desde que se extendió el uso de Twitter, se empezaron a usar menos otras herramientas como los agregadores RSS. Además, aquellos que tenían blogs empezaron a hacer menos entradas, ya que es más rápido difundir la información a través de los mensajes de 140 caracteres de Twitter que mediante los blogs. También han hecho otras observaciones como que gracias a servicios como Twitter, la información producida de investigaciones científicas ya no se dirige solo a expertos sino que amplía la audiencia a todo tipo de público; que gracias al uso de los “hashtags” se puede entender el ritmo de una conferencia desde cualquier lugar; que aquellas personas que tienen autoridad en una conferencia la tienen también en Twitter; que hay un fuerte deseo por parte de los usuarios de ser parte de la discusión alrededor de las conferencias y de tener sus “tweets” incluidos en el “stream” de la conferencia, etc.

Por otro lado, DeVoe (2010) se centra en el aspecto social de Twitter, dando algunas recomendaciones para mantener conversaciones más eficaces. En el pasado, era imprescindible estar físicamente presente en los congresos para poder intercambiar ideas con los colegas, pero hoy en día, gracias a herramientas como Twitter, los comentarios suceden de manera pública,



online, y en tiempo real, por cualquier persona que quiera participar. Desde el punto de vista de los organizadores, se recomienda utilizar Twitter para crear más emoción alrededor de un evento y mantener a los asistentes informados. Si se crea un “hashtag” sencillo pronto, se promocionará el evento. Desde el punto de vista de los presentadores, es recomendable usar Twitter no solo para promocionar la presentación sino también para fomentar la participación y los comentarios de los asistentes. Es conveniente invitar a los asistentes a enviar tweets directamente, utilizando la @ seguida del nombre de usuario al que uno se quiere dirigir. En cuanto a los asistentes, ya sea en persona o virtuales, pueden utilizar Twitter para participar en discusiones paralelas, compartir información y poner o responder preguntas. Es conveniente identificar previamente a los presentadores en Twitter seguir el hashtag de la conferencia y estar atento para poder “tweetear”, no solo los mensajes que resuman los contenidos de las conferencias, sino también aquellos que animen a los asistentes a participar.

Otros autores también se han fijado en diferentes congresos y el uso que hacen de Twitter, explicando su uso y destacando esta herramienta como una nueva forma de comunicación y medio para compartir información. Entre ellos, Arroyo con Fesabid 2009 (Zaragoza, España), Valenza con AASL National Conference 2009 (Charlotte, EEUU), Fialkoff con el congreso de la American Library Association (ALA) 2009 (Chicago, EEUU), Ross y otros con tres congresos dirigidos a humanistas digitales (2009), etc.

El reciente interés de los autores por Twitter y el microblogging en este campo revelan su gran potencial, su capacidad innovadora y la necesidad de estudios más exhaustivos en un futuro.

Los estudios descritos nos orientan a la hora de emprender nuestro trabajo, ya que presentan usos de Twitter en un congreso particular, usos que al mismo tiempo se pueden extender a muchos más congresos, por lo que nos sirven a la hora de realizar nuestras hipótesis y pensar que se aplicarán las mismas “normas” en nuestro trabajo. De este modo, antes de realizar nuestro análisis, podremos presuponer que Twitter se utilizará para realizar

preguntas; para intercambiar recursos, documentación, información de utilidad; para comunicarse, etc. y que existirán tanto usuarios presenciales (ponentes, asistentes al congreso y organizadores) como virtuales. Además, estos estudios también suponen una guía en cuanto a formas de analizar conversaciones en Twitter, principalmente en relación al seguimiento de “hashtags” o uso de determinadas herramientas. El hecho de que habitualmente se presente por parte de los usuarios un fuerte deseo de formar parte de la discusión como se describe en el estudio de Letierce y otros (2010) nos hace trabajar sobre la hipótesis de la existencia de comunidades virtuales.

#### **4. Objetivos**

El objetivo del presente trabajo es estudiar cómo se utilizan las herramientas de la web 2.0 en los congresos profesionales, para difundir la información de los mismos, desde los aspectos organizativos hasta el conocimiento que se genera y los resultados de investigación. Prestaremos especial interés a Twitter, a caballo entre el microblogging y las redes sociales, donde no solo se proporciona información, sino también se interactúa con los participantes, estableciendo un marco para la colaboración y el diálogo. Se pretende demostrar la efectividad de estas nuevas herramientas, y concretamente Twitter, en la comunicación entre los participantes y en la difusión del conocimiento, frente a las herramientas tradicionales que se venían utilizando hasta ahora en los congresos.

Estudiaremos el caso de “X Workshop Rebiun, sobre proyectos digitales: Diez años de proyectos digitales. Cambian las bibliotecas, cambian los profesionales”, celebrado en Valencia el 7 y 8 de Octubre de 2010.

## 5. Preguntas de investigación

¿Cómo se utiliza Twitter en los congresos profesionales?

¿Se consiguen crear comunidades virtuales en los canales abiertos en Twitter por congresos profesionales?

¿Presenta un valor añadido esta nueva manera de difundir la información en los congresos profesionales si lo comparamos con el período anterior, cuando no existían este tipo de herramientas?

## 6. Hipótesis

Con la aparición de la web 2.0 y las posibilidades que ofrecen las redes sociales, entre ellas Twitter, se abre un nuevo canal de difusión del conocimiento, donde los congresos profesionales están encontrando su cabida, tanto para dar a conocer aspectos organizativos, retransmitir los acontecimientos o compartir resultados de una investigación, como para comunicarse con otras personas que están siguiendo la conferencia, sea de forma presencial o virtual.

La forma en que interactúan los participantes y el modo en el que se comparte la información lleva a pensar que las herramientas de la web 2.0, utilizadas de forma adecuada, permiten crear verdaderas comunidades virtuales.

La utilización de Twitter en los congresos profesionales presenta ventajas frente a la forma tradicional de comunicación en los mismos, ya que no sólo los ponentes son generadores de información, también el conjunto de los participantes, que no sólo se limitan a los que están en la propia sala sino los que nos siguen a través de la red. Por tanto, cambia el concepto de transmisión de información, desde un aprendizaje tradicional de tipo unidireccional que se produce sobretodo a través de publicaciones hasta un

aprendizaje que proviene de todos los actores implicados, que se sirve de Internet y la web 2.0 y del aprovechamiento de la inteligencia colectiva.

## 7. Metodología

En nuestro trabajo tratamos de estudiar el uso de Twitter en los congresos profesionales, y para ello nos vamos a centrar en el estudio de un caso, el “X Workshop Rebiun sobre proyectos digitales: Diez años de proyectos digitales. Cambian las bibliotecas, cambian los profesionales”. Este congreso se celebró en Valencia el 7 y 8 de Octubre de 2010 y fue organizado por Rebiun (Red de Bibliotecas Universitarias), concretamente en esta edición por la Universidad de Valencia y la Universidad Politécnica de Valencia.

Desde la organización del X Workshop Rebiun se fomentó el uso de redes sociales como Facebook y Twitter para difundir la información del congreso. Nuestro objetivo es estudiar el uso de Twitter, que en el congreso se materializó a través de la creación de un usuario: @XWorkshopRebiun y de un hashtag #XWKREBIUN.

Para realizar nuestro trabajo de campo utilizaremos la metodología cualitativa, entendida como la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable (Taylor y Bogdan, 1987). No obstante, con el fin de describir el contexto en el que se produce el uso de Twitter en este congreso, también haremos referencia a algunos datos cuantitativos básicos como número de asistentes, número de tweets, número de personas que utilizan Twitter en el marco del congreso, patrones temporales de actividad, así como todos aquellos datos que se consideren de interés para el estudio.

A continuación exponemos las etapas de las que va a constar nuestro trabajo de campo:

## **Recogida de datos**

- **Observación participante.** Siguiendo la visión de Taylor y Bogdan (1987), como investigadores interaccionaremos socialmente con los informantes en el espacio de estos últimos, recogiendo los datos de modo sistemático y no intrusivo.

Para ello, hemos asistido personalmente a Valencia los días 7 y 8 de Octubre de 2010 para poder utilizar Twitter en el marco del congreso como asistentes, y de este modo interactuar con otros congresistas en el espacio de trabajo, que básicamente se configura alrededor del hashtag creado por los organizadores del congreso #XWKREBIUN.

- **Registro de datos.** Se registrará la información sobre quienes son los asistentes que utilizan el hashtag #XWKREBIUN, tanto los que están presentes en el congreso como quienes lo siguen a través de la red, así como los mensajes que contienen dicho hashtag. En definitiva, se llevará a cabo un registro de toda la actividad que ha tenido lugar en Twitter en el marco del X Workshop Rebiun.

- **Entrevistas en profundidad.** Se realizarán tres entrevistas en profundidad a usuarios que hayan utilizado Twitter en el marco del X Workshop Rebiun, ya estuvieran presencialmente en el congreso o lo siguieran a través de la red. Aunque estas entrevistas serán dinámicas y flexibles, se llevarán a cabo a partir de algunas preguntas clave relacionadas con las preguntas de investigación, desde el punto de vista del usuario.

Dichas entrevistas se llevarán a cabo a través de mensajería instantánea, utilizando la herramienta que más accesible le resulte al usuario (gmail, msn, skype, etc.). Se llevará a cabo un registro de las mismas.

## **Análisis de datos.**

Con el fin de analizar los datos producidos alrededor del hashtag mencionado se utilizarán diferentes herramientas:

- TweetDoc, que nos permite elaborar documentos de los mensajes producidos alrededor de un evento.
- Twapper Keeper, que nos permite hacer una copia de seguridad de los tweets de un determinado usuario o un determinado hashtag.
- MkTwitter, una aplicación que nos permite descargar tweets de determinados usuarios
- Summarizr, que crea resúmenes de los datos más importantes de cuentas o “hashtags” de Twitter, a partir del archivo creado previamente en Twapper Keeper.

Por otra parte, en cuanto a las **limitaciones** con las que nos hemos encontrado, básicamente han sido:

- la dificultad de recuperar los tweets que se producían alrededor del tema del congreso pero que no llevaban el “hashtag” #XWKREBIUN. El hecho de no llevar el “hashtag” puede ser debido al desconocimiento inicial por parte de los usuarios sobre este tipo de “normas” en Twitter, o al hecho de que no se concretó bien por parte de la organización el uso del “hashtag”. De hecho, los tweets iniciales producidos por los organizadores tampoco lo utilizaban.

- la imposibilidad de poder conocer las personas que han seguido las conversaciones de Twitter sin participar, dado que no se han registrado como usuarios.

- la no disponibilidad de los datos de los asistentes al congreso, lo que nos hubiese permitido contactar con ellos para conocer más datos sobre el uso o no uso de Twitter.

## **8. Resultados del trabajo de campo**

### **8.1. Datos sobre el uso de Twitter**

Con el fin de realizar nuestro trabajo de campo hemos asistido de forma presencial al X Workshop Rebiun sobre proyectos digitales celebrado en Valencia los días 7 y 8 de Octubre de 2010. De forma paralela, hemos interactuado en Twitter con los asistentes al congreso desde la cuenta

@paulatraver, y hemos seguido el “hashtag” creado por la organización #XWKREBIUN, así como el usuario @XWorkshopRebiun.

Según fuentes de la organización, al congreso acudieron de forma presencial un total de 145 personas, de las cuales 93 fueron congresistas (meros asistentes), 17 organizadores, 14 presentadores de comunicaciones orales o pósters, y 21 representantes de empresas patrocinadoras. En cuanto al uso de Twitter, 72 personas lo utilizaron en el marco del congreso (bien para compartir cualquier tipo de información, interactuar con otros usuarios o para hacer “retweet” de mensajes de otros). Estos usuarios estaban en su mayoría presentes en el mismo, pero también hubieron otros que lo siguieron a través de Internet, gracias a una página habilitada por la Universidad de Valencia que retransmitía en directo las conferencias. De este modo, las personas no presentes en el congreso podían seguir todo lo que ocurría y interactuar a través de Twitter, utilizando el hashtag mencionado.

Algunos otros datos respecto al uso de Twitter en el congreso según “Summarizr”:

- El total de tweets fue 847, emitidos por un total de 72 twitters, utilizando un total de 28 hashtags y 85 URLs.

- Los 10 usuarios que más utilizaron Twitter fueron: @XWorkshopRebiun (organizador), @grupobaratz (asistente patrocinador), @jserranom (ponente), @NievesGlez (asistente virtual), @JulianMarquina (asistente presencial), @accesoabierto (asistente virtual), @paulatraver (asistente presencial), @pcastromartin (ponente), @didacm (asistente presencial), @merlovega (ponente).

- El 80% de los tweets se hicieron por el 13% de los twitters. 44% de los twitters solo twittearon una vez. Este fenómeno es usual en las comunidades virtuales, denominándose a los usuarios que observan (leen lo que ocurre) pero no participan, “lurkers”. Según Butler y otros (2002), los lurkers tienen una percepción negativa de lo que supone la participación activa en la

comunidad virtual, mientras que tienen una percepción positiva de la información recibida. También aportan otros datos interesantes como que los usuarios participan más en la comunidad virtual cuanto más gente conocen en la vida real, y que los organizadores de la comunidad virtual siempre son los que más la impulsan a nivel participativo.

- Los 10 usuarios más mencionados en Twitter fueron: @jserranom (ponente), @XWorkshopRebiun (organizador), @merlovega (ponente), @jordiprats (ponente), @JulianMarquina (asistente presencial), @NievesGlez (asistente virtual), @pcastromartin (ponente), @grupobaratz (asistente patrocinador), @toniprieto (ponente), @didacm (asistente virtual).
- El 35 % de los tweets fueron menciones a otros usuarios. El 38% de los twitters recibieron una mención en Twitter.
- Los 10 usuarios que más conversaron en Twitter fueron: @jserranom (ponente) y @JulianMarquina (asistente presencial), @accesoabierto (asistente virtual) y @jserranom (ponente), @jserranom (ponente) y @merlovega (ponente), @jserranom (ponente) y @toniprieto (ponente), @jserranom (ponente) y @paulatraver (asistente presencial), @JulianMarquina (asistente presencial) y @paulatraver (asistente presencial), @jserranom (ponente) y @narroyo (asistente virtual), @gdelatorre (asistente virtual) y @jserranom (ponente) , @grupobaratz (asistente patrocinador) y @jserranom (ponente), @biblogtecarios (asistente presencial) y @JulianMarquina (asistente presencial).
- Los 10 hashtags más utilizados fueron: #xwkrebiun, #biblioteca, #newtwitter, #fb, #biblogtecarios, #trendingtopics, #nobel, #gamegest, #ff, #alfin. Todos ellos fueron temas relacionados con el congreso excepto aquellos hashtags propios del lenguaje de Twitter: #ff, #newtwitter, #fb, #trendingtopics.
- Las palabras más utilizadas en los mensajes de Twitter fueron: biblioteca, bibliotecario, comunicación, contenido, digital, equipo, formación, j.prats,



klaus, mesa, modelo, nuevo, proyecto, rebiun, repositorio, servicio, trabajo, upc, upv, usuario, web, workshop. La mayor parte de las palabras tenían que ver con el título de las jornadas (biblioteca, contenido, digital, nuevo, proyecto, rebiun, workshop...), otras con los ponentes o las instituciones colaboradoras (j.prats, klaus, upc, upv), y otras con el contenido de las ponencias (mesa, comunicación, usuario, repositorio, trabajo).

En cuanto a la temporalidad de los tweets, sobre todo se produjo los días en los que tuvo lugar el workshop, pero también anteriormente se empezó a hablar de ello, para informar de cual era el hashtag que se iba a utilizar o para informar de quien iba a asistir, etc.; y posteriormente, para colgar fotos de las sesiones, subir las intervenciones de los ponentes, etc.

El número total de tweets que utilizan el hashtag #xwkrebiun por días fue:

- previos al congreso (5 y 6 de octubre): 39
- primera jornada, día 7 de octubre: 345
- segunda jornada, día 8 de octubre: 448
- posteriores al congreso (9, 10 y 11 de octubre): 35

Por otro lado, también hay que tener en cuenta que pudieron enviarse más mensajes alrededor del X Workshop Rebiun que no utilizaron el hashtag #xwkrebiun, lo que hace que estos mensajes no se integren en la conversación alrededor del congreso y por tanto sean de difícil recuperación. Por ejemplo, el usuario @XWorkshopRebiun envió algunos mensajes previos al congreso cuando todavía no se había definido el hashtag a utilizar.

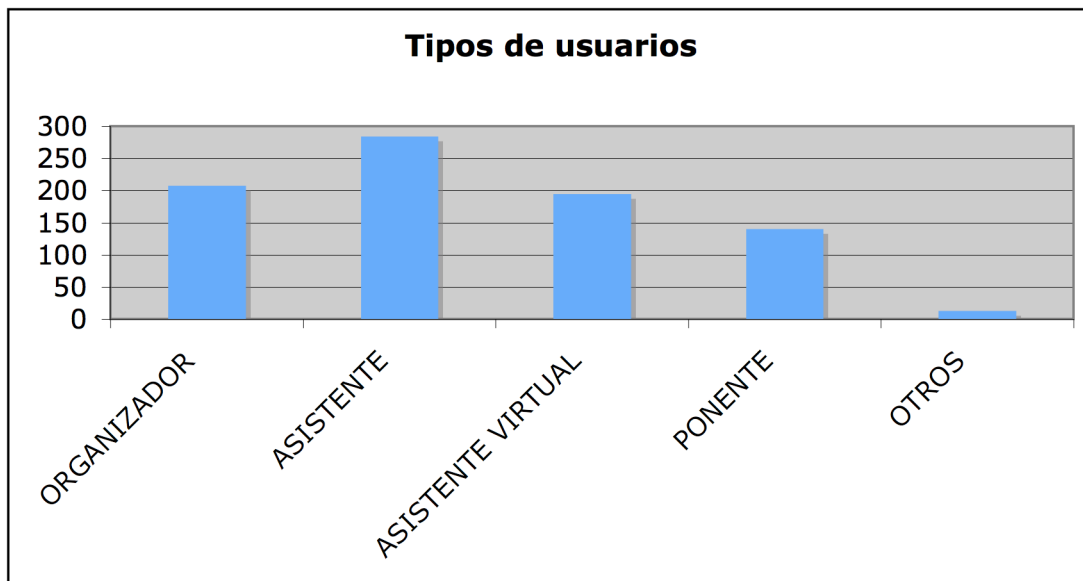
Los usuarios se pueden diferenciar básicamente en cuatro tipos:

- organizadores: son los usuarios que organizan el evento. Habitualmente, y así ocurre en este caso, son los que emiten más twitts y retransmiten en gran parte las conferencias.
- asistentes: son los usuarios que asisten de manera presencial al congreso.

- asistentes virtuales: son los usuarios que siguen de forma virtual el congreso, bien a través de la retransmisión que se hizo en directo mediante videoconferencia, bien a través de las conversaciones de Twitter.

- ponentes: los usuarios que participaban en el congreso como ponentes o moderadores de mesas redondas.

A continuación podemos ver cómo se distribuyeron los tweets según cada tipo:



Como podemos ver, la mayor parte de los mensajes fueron emitidos por los asistentes (presenciales) y en segundo lugar por los organizadores, seguido de los asistentes virtuales y los ponentes. En “otros” se han incluido usuarios cuya procedencia no se ha podido identificar (si eran presenciales, virtuales,...).

## 8.2. Clasificación de los usos de Twitter.

Según se desprende de nuestra observación participante y tras leer todos los tweets emitidos, hemos elaborado una clasificación de los **usos** que se dieron en Twitter por las personas que lo utilizaron en el marco del congreso, ejemplificándolo con una selección de mensajes:

- **Difundir información de utilidad para los asistentes del congreso:**
  - En menos de 21 h. cita en <http://www.jardibotanic.org/> #xwkrebiun  
06-Oct-10 13:42 | XWorkshopRebiun
  - Previsión del tiempo en Valencia jueves y viernes (AEMET) <http://bit.ly/9Hawek>  
#xwkrebiun  
06-Oct-10 13:11 | XWorkshopRebiun
  - Si no puedes estar sigue el workshop de Rebiun en directo:  
[http://mmedia.uv.es/live/live?resource\\_id=20889&id=wr](http://mmedia.uv.es/live/live?resource_id=20889&id=wr) #XWKREBIUN  
07-Oct-10 08:06 | gloriamoya
  
- **Hacer “streaming” o retransmitir lo que ocurre en el congreso:**
  - Comunicación: “Babel: un ejemplo de visión y estrategia compartida...”  
Mónica Arnau Fábrega; Ángeles Merino Cicres (UdeG) #xwkrebiun  
07-Oct-10 16:41 | grupobaratz
  - Se muestra el gráfico actual del Linking Open Data. Se resaltan las relaciones con Europeana #xwkrebiun  
07-Oct-10 16:37 | XWorkshopRebiun
  - Un par de preguntas y pausa #XWKREBIUN  
07-Oct-10 15:19 | jserranom
  - #xwkrebiun "todo aquello que no aporta valor añadido a la institucion es susceptible de externalizarse"  
07-Oct-10 10:02 | pcastromartin
  
- **Promocionar servicios, empresas, personas, trabajos, y por supuesto el propio congreso.**
  - Mañana comienza el #XWKREBIUN, una buena ocasión para compartir biblioexperiencias y... ¡por qué no! para dar a conocer #biblogtecarios!  
06-Oct-10 21:17 | biblogtecarios
  - José Antonio Merlo-Vega. Profesor del Dept. ByD Univ.Salamanca y Director del Servicio de Bibliotecas <http://on.fb.me/d3aHfh> #xwkrebiun  
07-Oct-10 10:31 | grupobaratz
  
- **Abrir un canal de comunicación informal, donde se expresan opiniones, críticas, o se abre paso al humor...**

Pobre @toniprieto , @aliciaUNED le pregunta sobre metadatos .....  
¿Le saldrá urticaria? #XWKREBIUN  
07-Oct-10 15:22 | jserranom

Uff que atrevido!!! #XWKREBIUN  
07-Oct-10 11:28 | mardiate

Ai deu! L'Eugenio Tardón té raó però ... "con la iglesia hemos topao"  
#xwkrebiun  
07-Oct-10 10:55 | amarinma

#XWKREBIUN En esa mesa faltan bibliotecas universitarias de  
gran tamaño hablando sobre convergencia de servicio  
07-Oct-10 10:05 | NievesGlez

@gdelatorre Ojo que vamos con 30' de retraso #XWKREBIUN  
07-Oct-10 09:44 | jserranom

Vale... solo tengo batería para 1:20 horas y no puedo enchufar el  
portatil... :S #fb #xwkrebiun #fb  
07-Oct-10 07:30 | JulianMarquina

¿Para qué?... si no hay enchufes... :S RT @jserranom: No es por  
malmeter. Poco portatil, "moblies" y otros artilugios en la sala  
#XWKREBIUN  
07-Oct-10 08:46 | JulianMarquina

- Hacer menciones o interactuar con otros usuarios, hacer networking:

Junto a @serranocobos sentado en el suelo siguiendo en #xwkrebiun...  
07-Oct-10 08:36 | JulianMarquina

Call for Iphone. ¿Alguién presta por un ratito un cargador de Iphone?  
Si no Pablo @pcastromartin entrara en mode Twitteroff #XWKREBIUN  
07-Oct-10 08:33 | jserranom

@MASmedios estoy atrás en una mesa de patrocinadores que me he  
encontrado... estoy muuuuuuuuuuy escondido... :S #XWKREBIUN  
07-Oct-10 07:51 | JulianMarquina

Ya está aquí, ya llegó #XWKREBIUN Hombre, ¡cuánto conocido y conocida!  
@JulianMarquina ¿dónde estás?...  
07-Oct-10 07:50 | MASmedios

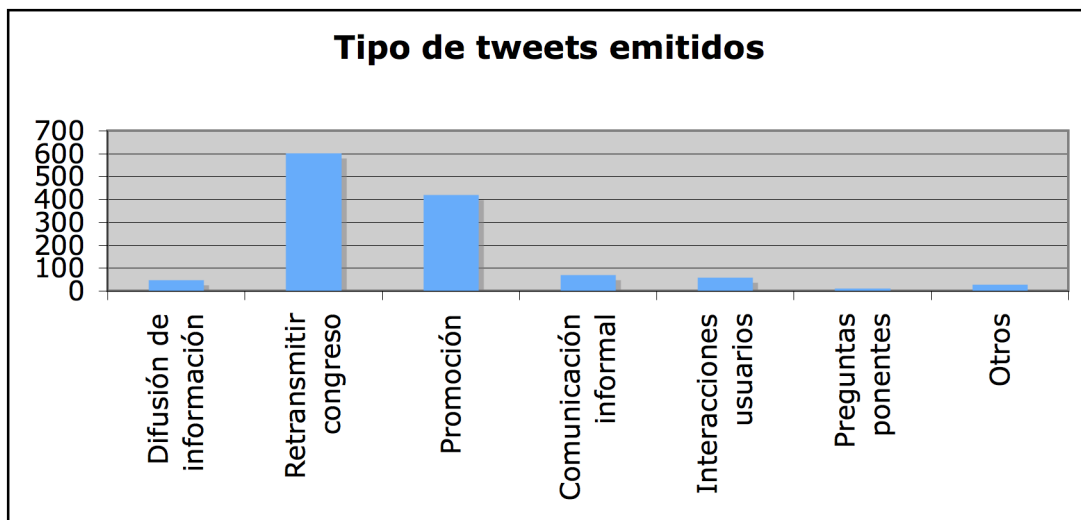
Acabo de conocer a @pcastrmartin @aliciaselles en #XWKRebiun  
07-Oct-10 09:27 | paulatraver

- Realizar preguntas a los ponentes

Desde la mesa de #xwkrebiun ¿preguntas?  
08-Oct-10 09:44 | merlovega

Pregunta para Jordi (y enhorabuena): ¿Cómo gestionan la propiedad intelectual en la Iniciativa Digital? #xwkrebiun  
08-Oct-10 09:47 | jgomez61

Como podemos observar en el gráfico que se muestra a continuación, la gran mayoría de los tweets estuvieron dedicados a retransmitir lo que ocurría en el congreso. También un gran número de ellos se dedicaron a promocionar trabajos institucionales, personas, marcas, empresas, etc. En parte esto se debe a que es habitual que en un congreso de estas características se hable de los trabajos mas representativos que han llevado a cabo en las materias de interés, por lo que se mencionan proyectos, nombres propios, etc. lo cual contribuye indirectamente a promocionarlos más allá de su entorno. En tercer lugar se encuentran los tweets dedicados a comunicación, ya fuera por lo que hemos denominado comunicación informal u otro tipo de interacciones entre usuarios. En menor medida se difundió información de otro tipo, se hicieron preguntas a ponentes o se emitieron otro tipo de mensajes.



Por otra parte, gracias al compromiso de los usuarios con su actividad en la red social, se consiguió generar una **comunidad virtual** en la que había conversación entorno a un tema y un sentimiento de pertenencia a un espacio común de interés: el X Workshop Rebiun. A parte de los mensajes ya mencionados, otros también muestran cómo este espacio se convierte en comunidad virtual:

El interés de los usuarios por twittear a costa de todo, de formar parte de la comunidad:

Literalmente tirado en el suelo para poder twittear... ahora en el ala izquierda... :S #xwkrebiun #fb  
07-Oct-10 08:10 | JulianMarquina

Las personas que desde la red manifestaban su presencia, su pertenencia a la comunidad

@JulianMarquina @jserranom @didacm @XWorkshopRebiun se os escucha #XWKREBIUN  
07-Oct-10 07:47 | narroyo

El apoyo y reconocimiento de unos usuarios a otros

Eres el community manager RT @jserranom: Que hago yo aqui?  
08-Oct-10 09:57 | NievesGlez

La mención en el congreso a usuarios de Twitter

@JordiPrats referencia trabajos de @didac y @javierleiva al hablar de contexto y colaboración #XWKREBIUN  
08-Oct-10 09:14 | jserranom

El interés por aglutinar a todos los usuarios en un espacio común

@paulatraver Y suma a @oriolrico @toniprieto @transi @merlovega @aliciaselles @aliciaUNED, y seguro que mas mañana (hoy) en #XWKREBIUN  
06-Oct-10 22:18 | jserranom

RT @paulatraver: Algunos twitteros nos volveremos mañana a encontrar en #XWKREBIUN @JulianMarquina @jserranom @MASmedios @didacm  
06-Oct-10 21:48 | JulianMarquina

Además, como hemos mencionado, se dio el caso de que las personas que no pudieron asistir al congreso presencialmente lo siguieron gracias a

la retransmisión que los demás hacían vía Twitter, participando también en la comunidad virtual generada gracias al hashtag #xwkrebiun. Algunos ejemplos de twitts escritos por personas que seguían el workshop por internet:

siguiendo los tuits de #xwkrebiun RT @didacm: Varios Tuiteros en una mesa del #xwkrebiun <http://flic.kr/p/8H7bRw>  
07-Oct-10 11:40 | jguallar

En efecto, qué difícil es explicar a qué se dedica uno últimamente #xwkrebiun #biblioteca #marketing #alfin #ci2 #dospuntocero  
07-Oct-10 11:36 | ehonorio

#xwkrebiun la formación que más se necesita para llevar adelante proyectos digitales es la que menos se ofrece oficialmente @merlovega  
07-Oct-10 11:09 | NievesGlez

Siguiendo los tweets del wokshop de Rebiun #xwkrebiun.  
07-Oct-10 07:57 | gloriamoya

agradecimientos a @jserranom y resto de informadores tuiteros por la cobertura informativa de #XWKR  
08-Oct-10 14:58 | jguallarEBIUN

El uso del hashtag #xwkrebiun durante estos días fue intenso, como se desprende del hecho de que el hashtag se posicionó en los “trending topics” de España, es decir, entre los hashtags más utilizados por los usuarios.

Trending topics: 1. #ff 2. #newtwitter 3. #nobel 4. #xwkrebiun 5. #gamefest <http://es.twicker.net> #trendingtopics  
08-Oct-10 10:00 | twicker\_net\_es

### 8.3. Entrevistas en profundidad.

En cuanto a las **entrevistas en profundidad**, éstas se han llevado a cabo a tres de los usuarios que según “Summarizr” hicieron un uso más intensivo de Twitter durante el congreso.

- Jordi Serrano, en Twitter @jserranom trabaja como Jefe de la Unidad de Servicios Digitales del Servicio de Bibliotecas y Documentación de la Universitat Politècnica de Catalunya, y acudió al congreso presencialmente, en calidad de congresista y de moderador de dos mesas redondas
- Julián Marquina, en Twitter @grupobaratz y @JulianMarquina, es documentalista y trabaja en Grupo Baratz como community manager. Acudió al congreso como representante de Baratz como empresa patrocinadora.
- Nieves González, bibliotecaria de la Universidad de Sevilla y profesora de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, siguió el congreso por streaming de forma virtual y participó desde su cuenta en Twitter @NievesGlez.

Las entrevistas se realizaron a través del chat de Gmail y se registraron, por lo que se adjuntan en el Anexo I. En primer lugar, los entrevistados fueron informados del tema del trabajo de investigación que se estaba llevando a cabo y se les solicitó su colaboración. Los tres estuvieron de acuerdo en colaborar y en que las conversaciones fueran registradas.

En las entrevistas se trató en todo momento de que se produjese una comunicación informal con los informadores, de modo que ellos nos vieran como colegas, como compañeros con los que están teniendo una conversación trivial, más que como investigadores. Para ello intentamos utilizar en todo momento un lenguaje coloquial y el propio de los chats, con el uso de caras (“smileis”) que indicaran guiños, sonrisas, etc.



Los tres usuarios destacaron que lo importante era **difundir los contenidos**, retransmitir lo que se estaba diciendo. Jordi y Julian destacaron la subjetividad de los contenidos, ya que cada asistente tiene una visión de los hechos e interpreta la información de una manera:

<<Jordi: el millor és la “visió” per part dels assistents. No tots veiem i entenem el mateix”>>

<<Julián: una noticia puede ser interpretada de muchas maneras, y esto ya depende de cada persona o de si ha entendido bien lo que se ha dicho en la sala...>>

Julián además destacó que enfatizar ciertas cosas que se dicen también ayuda a los asistentes a seguir la conferencia. Nieves por su parte añadió que se considera en el deber de twittear todo lo que ve interesante desde el punto de vista profesional, por lo que en este tipo de eventos uno tiene que compartir la información con todo aquel que no ha podido asistir y pueda estar interesado.

También han estado de acuerdo en que el uso de Twitter en los congresos puede servir para **promocionar** el propio congreso o personas, empresas etc. Jordi dijo que le interesaba que el evento tuviera cierto eco porque se presentaban trabajos en los que él o sus compañeros participaban, y considera que efectivamente lo tuvo porque llegó a gente de Latinoamérica u otras personas que no asistieron al congreso. Además, Jordi destaca que se pueden promocionar a las personas enfatizando y matizando sus comentarios en Twitter, práctica que él siguió con algunos compañeros suyos. Julián por su parte destacó su propia promoción en las redes sociales, que le han servido para encontrar oportunidades y el hecho de que la empresa donde trabaja, Baratz, utilice las redes sociales para dar a conocer su nombre, difundiendo los propios contenidos de eventos como el X Workshop Rebiun y dando énfasis a su relación con las personas. Además, también destaca que para las empresas es importante conocer lo que se está diciendo de ellas en el

mundo virtual. Nieves por su parte, destaca que gracias al uso de ciertos hashtags se ha dado a conocer entre otros profesionales.

En cuanto al **networking**, Jordi y Julián no creen que gracias a Twitter conocieran a más gente personalmente en el marco del congreso, ya que en el caso de Jordi, ya conocía a la mayoría de la gente. Lo que destaca en relación al uso social de Twitter en los congresos es que gracias a los twitts emitidos sumó nuevos followers en la red. Destaca que Twitter es sobre todo un nuevo canal de comunicación con aquellos que ya conoce.

<<Jordi: ...una de les coses que més interessants em semblen son les interaccions amb els altres usuaris. És un altra vía de comunicació informal que et permet conèixer gent i reforçar les relacions que ja tens.>>

En el caso de Julián, comenta que dado su carácter reservado y tímido no conoce ni más ni menos gente gracias a Twitter, ya que para conocer personalmente a una persona cuya relación se ha iniciado en la red se tiene que dar una relación prolongada en el tiempo, y no limitada a la temporalidad de un congreso. Aun así, destaca que en Twitter lo importante es la relación con las personas, que se refuerzan las relaciones que ya se tienen y que gracias a estas herramientas se conoce a gente que uno nunca pensó que conocería.

<<Julián: Twitter lo veo como una herramienta de comunicación magnífica y donde lo importante es la relación con las personas. No tiene sentido tener una cuenta de Twitter donde te habla la gente y no contestarles. Gracias a este tipo de eventos se conoce a mucha gente con temas en común.>>

Nieves por su parte sí que destacó el hecho de conocer a más gente gracias a Twitter, especialmente gracias al seguimiento que hace de ciertos hashtags de su interés, y también ha conocido personalmente a personas cuya relación se inició en Twitter, aunque no cree que sea especialmente el caso de los congresos, ya que en este tipo de eventos ya todo el mundo se conoce, es como una familia.

Además, los tres usuarios entrevistados creen que es interesante el hecho de poder **preguntar a los ponentes** a través de Twitter, aunque destacan

que se utiliza poco. Jordi dice que también es cierto que en la sala se pregunta poco:

<<Jordi: Un tema que tenim pendent i que he vist en molts actes semblants és lo de preguntar vía Twitter...es una bona oportunitat i s'utiliza poc [...] però vaja, desde la sala també es pregunta poc, però desde Twitter qui pregunta queda menys vergonyos>>

Julián cuenta una anécdota en relación a las preguntas a través de Twitter: envió un mensaje a Jordi mientras él estaba moderando una mesa, retándole a mencionar uno de los proyectos en los que Julián trabaja (que no venían al caso de la mesa redonda), y Jordi lo mencionó fingiendo que se equivocaba. Tuvo, como comenta Julián, un “lapsus programado”. Puede ser un reflejo de que los asistentes mediante Twitter, pueden cambiar el curso de los acontecimientos en las ponencias, mesas redondas, etc.

Se ha puesto de manifiesto en las entrevistas que gracias a estos usos que se están dando de las redes sociales está cambiando la **publicación y difusión de las comunicaciones escritas**. Según Jordi, la comunicación está ahora más segmentada y con visiones parciales, en el sentido de que cada usuario puede elegir qué temas comunicar e interpretarlos a su manera. Para Nieves, ahora ya no son necesarias las actas de los congresos, es más importante que se cuelguen las presentaciones de las intervenciones en la web. Parece que hoy en día la literatura gris ya no es tan gris, es más fácil localizarla. Además, Twitter también puede ser útil para la propia organización del congreso, ya que al ser una evidencia de lo ocurrido, les puede servir para recopilar la información para hacer sus propios resúmenes.

Por otro lado, hubo unanimidad al reconocer que Twitter puede convertirse en una **comunidad virtual** mediante el uso adecuado de hashtags, y que efectivamente en el X Workshop Rebiun se consiguió generar. Por su parte, Jordi destacó la temporalidad de esta comunidad, limitada a las fechas que duró en congreso más unos días previos y posteriores, y Nieves destacó el poder de las comunidades para crear

conversación, ya que en las redes sociales se produce mucha más comunicación que en otras comunidades.

<<Nieves: si ves lo que pasa en Iwetel, es más interesante la conversación que se genera en la red sobre lo que se dice en Iwetel que las respuestas en el mismo Iwetel [...]. No te puedes crear una opinión fundamentada de la opinión de la gente, sin embargo en las redes si, tienes muchas formas de dar tu opinión, de expresar tu gusto o disgusto, es mucho más rica>>

También se comentó con los tres entrevistados el **poco uso de Twitter** que se hizo por parte de las personas que asistieron al workshop. Se comentó el problema de conectividad, por ejemplo Julián tuvo que twittear desde el suelo porque no habían regletas ni suficientes enchufes; la falta de interés, ya que según Jordi una persona con un cargo de responsabilidad en una biblioteca no debería de ir a ningún sitio sin su portátil; el desconocimiento de la herramienta o la pereza (Julián), y el hecho de que los bibliotecarios no están familiarizados con este tipo de herramientas, según Nieves. Además, Nieves destacó que el personal de las bibliotecas universitarias es especialmente tradicional en estos aspectos, y que se arriesgan poco a conocer herramientas que no saben si les traerán beneficios o éxitos.

En conclusión, los entrevistados quisieron mostrar en todo momento los **efectos positivos** de Twitter en la difusión de la información, en la comunicación entre las personas, etc. y su utilidad para los congresos profesionales y concretamente en el X Workshop Rebiun, y comentaron que gracias a esta herramienta ya no es necesario ir personalmente a los eventos para saber qué es lo que está ocurriendo. Jordi comentó que esto puede ser perjudicial para el negocio de los congresos, pero que es positivo para las personas, y que él cuando no puede ir a un congreso presencialmente le gusta seguirlo por Twitter y participar. Nieves, que siguió el X Workshop Rebiun exclusivamente por internet, manifiesta que se sintió como si hubiera estado presencialmente (otros trabajos como el de DeVoe (2010) también destacan que los tweets ayudaban a las personas que no estaban físicamente a sentirse como si estuvieran allí), y

que incluso la gente de la sala se pensaba que ella también estaba presente. Comenta que cuando pasa un tiempo, llega un punto que ya no se acuerda si estuvo presencialmente o lo siguió por internet, y que tal es así que piensa que aprendió más cosas que otros compañeros suyos que sí estuvieron.

<<Nieves: cuando llevaba tuiteando un ratito me preguntó en qué parte de la sala estaba para saludarnos [...] y lo curioso es que con el tiempo no sabes si de verdad estuviste con esa persona presencialmente. En El V Congreso de Bibliotecas Públicas también estuve con Jordi y con el tiempo seguro que no recuerdo si nuestras conversaciones fueron presenciales o virtuales.>>

En definitiva, comentan que no hay que tener miedo de lo virtual, ya que tenemos que dejar de hacer lo que siempre hemos hecho, repensar nuestras tareas, innovar, ser creativos,...(Nieves), que este tipo de comunicación no es más que un complemento de la forma tradicional (Jordi), que hay que buscar un equilibrio entre lo presencial y lo virtual (Nieves), y que gracias a este tipo de herramientas los congresos son más participativos, ya que a las personas se les da voz (Julián).

Como podemos ver, los tres usuarios entrevistados han coincidido en casi todos los aspectos que se han debatido sobre Twitter: en la importancia sobre difundir los contenidos y retransmitir lo que se dice en las conferencias y ocurre en los congresos; en la utilidad de Twitter como herramienta para promocionar el propio congreso, o personas, empresas, etc.; en la utilidad de Twitter para poder realizar preguntas a los ponentes, en su utilidad como herramienta para publicar o difundir las propias comunicaciones,... Además, han estado de acuerdo en reconocer que Twitter puede convertirse en una comunidad virtual, y que concretamente en nuestro estudio de caso así ocurrió, y en destacar sobre todo los efectos positivos de Twitter y el valor añadido que pueden aportar en los congresos profesionales.

El único punto en el que han habido diferencias es en el aspecto social de Twitter, ya que Jordi y Julián no destacan su uso para hacer nuevos

contactos, sino para reforzar los ya existentes. En cambio Nieves destaca su uso para las dos cosas. No obstante esta diferencia, los tres entrevistados han destacado el uso social de Twitter y la importancia de las interacciones con otros usuarios.

Respecto al análisis de los datos, las entrevistas en profundidad no hacen sino confirmar los usos observados. En este sentido, ha habido una confluencia considerable entre los puntos de vista de los entrevistados y la observación de la autora de este trabajo

## **9. Discusión de resultados**

Podemos ver en nuestro estudio resultados similares a los estudios de otros autores expuestos con anterioridad, en cuanto a usos de Twitter, tipos de comunicación y de usuarios, generación de comunidades virtuales, etc. Por lo que respecta a los nuevos modelos de aprendizaje, vemos que en los congresos profesionales, y concretamente en el X Workshop Rebiun, la web se convierte en una plataforma donde trabajar con los recursos de internet, y el congreso se ha extendido más allá de sus límites físicos y temporales al igual como el aula lo hacía en el campo educativo. Además, el microblogging ha ayudado a los usuarios a estar virtualmente presentes, tanto a los que estaban en la sala del congreso como los que no lo estaban, tal y como ocurría en los estudios de Ebner y otros (2010) sobre educación universitaria.

En relación a la difusión del conocimiento, hemos podido constatar que nuestro estudio de caso se acoge a los nuevos modelos de comunicación expuestos por Elías (2009), ya que la comunicación entre las personas que se encuentran en el congreso y la comunicación a la opinión pública se produce prácticamente al mismo tiempo. Esto fue así gracias a la retransmisión de todo lo que ocurría a través de las redes sociales y la retransmisión de las conferencias en tiempo real, así como la publicación de materiales adicionales y de la presentación de las comunicaciones en la red.

Además, hubo una mayor visibilidad de la información y una mayor facilidad de acceso a la misma.

En cuanto al aspecto social de la web, hemos visto que Twitter logra convertirse en una nueva forma de comunicación y en un espacio donde los usuarios interactúan entre sí, reforzando las relaciones y creando comunidades virtuales. Hemos visto que en el X Workshop Rebiun se dan los tipos de comunicación definidos por Ebner y otros (2010): la comunicación entre los participantes, la comunicación entre los organizadores/presentadores y la cobertura de información dirigida a los que no están presentes. Además, tal y como describen Letierce y otros (2010), en nuestro congreso también hay un fuerte deseo de los usuarios de ser parte de la discusión alrededor de las conferencias y de tener sus tweets incluidos en el “stream” de la conferencia, como se manifiesta por el uso realizado del hashtag #xwrebiun por parte de los usuarios.

A la vista de los datos obtenidos, podemos ver que se confirman las hipótesis planteadas como respuesta a las preguntas de investigación. En primer lugar, en relación al **uso de Twitter por los congresos profesionales**, esta herramienta se manifiesta fundamental como canal de comunicación, abriéndose una vía alternativa a las relaciones cara a cara que se producían tradicionalmente en los congresos. Ahora se abre otro canal de comunicación informal, similar a las conversaciones que las personas presentes en el congreso podían tener en la cafetería, donde se expresan opiniones, críticas, o incluso se da paso al humor. Los congresos profesionales siempre han sido un lugar al que a la gente le ha gustado acudir, además de para aprender cosas nuevas, para mantener el contacto con los compañeros de profesión, ya sea haciendo contactos nuevos o reforzando las relaciones existentes. En este sentido, pensamos que gracias a Twitter todavía se pueden reforzar más estas relaciones o conocer a personas nuevas, pues se consiguen nuevos followers o bien se “desvirtualizan” personas que hemos conocido por la red.

Además, gracias a la difusión de la información que tiene lugar en Twitter y otras herramientas de retransmisión como los videos, personas que no están

presentes en el congreso pueden seguirlo casi como si estuvieran, e interactuar con otras personas que siguen el congreso (sea de forma presencial o virtual), integrándose en la comunidad virtual que se ha generado.

La información es más accesible gracias a que cualquier persona puede difundir información de todo tipo: desde información práctica del congreso (como el programa, la ubicación o el tiempo) a información sobre los mismos contenidos del congreso. Además, se puede promocionar el propio congreso con mucha antelación y se puede hacer llegar a un mayor número de personas. De mismo modo, se puede dar a conocer el trabajo de personas concretas, empresas o instituciones con más facilidad de lo que se hacía anteriormente.

En segundo lugar, las redes sociales **presentan un valor añadido** a los congresos profesionales, como complemento a otros medios que se venían utilizando tradicionalmente, y ahora gracias a herramientas de la web 2.0, entre las que se encuentra Twitter, los congresos se convierten en más participativos y activos. Esto es así en el sentido que hemos comentado anteriormente de poder compartir la información que se desprende del congreso, debatir o preguntar temas, interactuar con otros participantes, etc.

Por último, tras observar el espacio de trabajo, la información compartida, las interacciones producidas y las entrevistas realizadas a algunos usuarios, llegamos a la conclusión de que efectivamente, en Twitter **se pueden crear comunidades virtuales** mediante un uso adecuado de los hashtags, y que en el X Workshop Rebiun se consigue generar esta comunidad de la que forman parte las personas presentes en el congreso que utilizan esta herramienta, y también aquellas que la utilizan gracias al seguimiento que hacen del congreso por Internet. Las personas que forman parte de la comunidad comparten un sentimiento de pertenencia y una identidad social, definida en la medida en la que participan del congreso y de la información que allí se comparte. Además, proporcionan sociabilidad y apoyo, tal y como se demuestra en las interacciones que hacen los usuarios entre sí.



## **10. Conclusiones**

Con toda la información proporcionada, resulta obvio pensar que Twitter y otras herramientas similares suponen una ventaja en los congresos profesionales. Aunque estas herramientas no sustituyen los medios tradicionales, resultan un complemento perfecto para difundir el conocimiento y comunicarse, y una buena alternativa para estar al día en aquellos casos en los que no podemos asistir personalmente a un congreso de nuestro interés.

Tanto la observación participante como las entrevistas en profundidad han servido para responder a las preguntas de investigación, ver los usos de Twitter en los congresos profesionales, si se genera comunidad virtual y si se presentan ventajas respecto a las formas de comunicación que se producían en los congresos tradicionales. En general, se puede decir que hubo coherencia entre los datos obtenidos por la propia observación y las entrevistas realizadas. El único punto en discordia fue el aspecto social de la herramienta, en el sentido de que no todos los usuarios entrevistados lo utilizaron del mismo modo: unos lo veían como una herramienta para reforzar relaciones ya existentes y otros para hacer nuevos contactos en principio virtuales y más tarde quizá presenciales. No obstante estas diferencias, no hubo nadie que no pusiera acento en la importancia social de Twitter y de las relaciones que se establecen entre las personas.

En definitiva, aunque el uso de las redes sociales en los congresos está empezando a ver ahora sus posibilidades, y en vista del número de estudios que han aparecido en los últimos años para profundizar en este tema, estamos seguros de que en un futuro se abrirán nuevas líneas de investigación, ya sea sobre nuevas redes sociales que surgirán con funciones mejoradas gracias a los avances tecnológicos, o a los nuevos usos que se les darán a las redes ya existentes.

## 11. Bibliografía

- Arce, S., Vanessa, M., & Pérez, S. (2001). Las comunidades virtuales y los portales como escenarios de gestión documental y difusión de información. *Anales de documentación* (Vol. 4).
- Arroyo-Vázquez, N. (2009). El uso profesional de las redes sociales. *Anuario ThinkEPI*, (1), 145–152.
- Arroyo-Vázquez, N. (2009). Fesabid 2009, las jornadas de la interinformación. *El Profesional de la Información*, 18(4), 455–461.
- Barabasi, A. L. (2003). *Linked: How Everything Is Connected to Everything Else and What It Means*. Plume.
- Bateman, R., & Lyon, L. (2002). Are virtual communities true communities? Examining the environments and elements of community. *City & Community*, 1(4), 373–390.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Breeding, M. (2009). Social Networking Strategies for Professionals. *Computers in Libraries*, 29(9), 29-31.
- Butler, B., Sproull, L., Kiesler, S., & Kraut, R. (2002). Community effort in online groups. Who does the work and why? *Leadership at a Distance*, 5.
- Cabezas-Clavijo, Á., Torres-Salinas, D., & Delgado-López-Cózar, E. (2009). Ciencia 2.0: catálogo de herramientas e implicaciones para la actividad investigadora. *El Profesional de la Información*, 18(1), 72–80.

- Costa, C., Beham, G., Reinhardt, W., & Sillaots, M. (2008). Microblogging in technology enhanced learning: A use-case inspection of ppe summer school 2008. *Proceedings of the 2nd SIR<sup>TEL</sup>, 8*.
- DeVoe, K. M. (2010). You'll Never Guess Who I Talked To!: Tweeting at Conferences. *The Reference Librarian, 51*(2), 167-170.
- Downes, S. (2005). E-learning 2.0. *eLearn magazine, 2005*(10).
- Ebner, M., Mühlburger, H., Schaffert, S., Schiefner, M., Reinhardt, W., & Wheeler, S. (2010). Getting Granular on Twitter: Tweets from a Conference and Their Limited Usefulness for Non-participants. *Key Competencies in the Knowledge Society, 102–113*.
- Ebner, M., & Reinhardt, W. (2009). Social networking in scientific conferences—Twitter as tool for strengthen a scientific community. *Proceedings of the 1st International Workshop on Science (Vol. 2)*.
- Ebner, Martin, Lienhardt, C., Rohs, M., & Meyer, I. (2010). Microblogs in Higher Education - A chance to facilitate informal and process-oriented learning? *Computers & Education, 55*(1), 92-100.
- Ebner, Martin, & Maurer, H. (20081117). Can Microblogs and Weblogs change traditional scientific writing? *World Conference on E-Learning in Corporate, Government, Healthcare, and Higher Education 2008, 2008*(1), 768-776.
- Elías, C. (2009). La cultura convergente y la filosofía de la web 2.0 en la reformulación de la comunicación científica en la era del ciberperiodismo. *Arbor: Ciencia, Pensamiento y Cultura, 737*, 623-634.
- Facebook I X Workshop REBIUN sobre Proyectos Digitales, 2010.

Recuperado Diciembre 5, 2010, a partir de

<http://www.facebook.com/pages/X-Workshop-REBIUN-sobre->

[Proyectos-Digitales-2010/138357432850566](http://www.facebook.com/pages/X-Workshop-REBIUN-sobre-Proyectos-Digitales-2010/138357432850566)

Fialkoff, F. (2009). ALA 2009: Meet vs. Tweet. *Library Journal*, 134(13), 8.

Fumero, A., & Roca, G. (2007). *Web 2.0*. Fundación Orange. Recuperado a

partir de

[http://www.fundacionorange.es/areas/25\\_publicaciones/indice\\_web2.a](http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/indice_web2.a)

sp

Grosseck, G., & Holotescu, C. (2008). Can we use Twitter for educational activities. *4th International Scientific Conference, eLearning and Software for Education, Bucharest, Romania*.

Guinaliu Blasco, M. (2003). La Comunidad Virtual. *La Comunidad Virtual*.

Recuperado Marzo 29, 2011, a partir de

<http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/comunidades/200.htm>

Hagel, J., & Armstrong, A. (1997). *Net gain: expanding markets through virtual communities*. Harvard Business Press.

Harris, C. (s.d.). Conferences are all a Twitter. *School Library Journal*, 55(11), 15-15.

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

Instituto Madrileño de Desarrollo. (2009, Febrero). *Primer estudio del impacto de Twitter en la generación y difusión de la innovación*. Presented at the Madrid Network, Madrid. Recuperado a partir de <http://www.slideshare.net/IBC84/primer-estudio-del-impacto-de-twitter-en-la-generacin-y-difusin-de-la-innovacin#>

- Jakobson, R. (1994). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Ariel.
- Jones, S. (Ed.). (2003). *Cibersociedad 2.0*. Barcelona: Editorial UOC.
- Lévi, P. (2004). *Inteligencia Colectiva: por una antropología del ciberespacio*.  
Organización Panamericana de la Salud. Recuperado a partir de  
<http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/?lang=es>
- Letierce, J., Passant, A., Breslin, J. G., & Decker, S. (2010). Using Twitter during an Academic Conference: The# iswc2009 Use-Case. *4th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM*.
- Letierce, Julie, Passant, Alexandre, Breslin, J., & Decker, Stefan. (2010). Understanding how Twitter is used to spread scientific messages. Presented at the Proceedings of the WebSci10: Extending the Frontiers of Society On-Line, Raleigh, NC: US. Recuperado a partir de <http://journal.webscience.org/314/>
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers*, 48, 103-126.
- McFedries, P. (2007, Octubre). All a-twitter. *IEE spectrum*, p.84.
- MKTwitter | Download MKTwitter software for free at SourceForge.net.  
Recuperado Diciembre 5, 2010, a partir de  
<http://sourceforge.net/projects/mktwitter/>
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *International Journal of Digital Economics*, 65, 17-37.
- Ovadia, S. (2009). Exploring the Potential of Twitter as a Research Tool. *Behavioral & Social Sciences Librarian*, 28(4), 202-205.
- Peña-López, I., Córcoles, C. P., & Casado, C. (2006). El profesor 2.0:

docencia e investigación desde la Red. *UOC Papers: revista sobre la sociedad del conocimiento*, 3. Recuperado a partir de

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2100874>

Peset, F., Ferrer-Sapena, A., & Baiget, T. (2008). Evolución social y networking en la comunidad biblio-documental. *El Profesional de la Información*, 17(6), 627-636.

Preece, J. (2001). Sociability and usability in online communities: determining and measuring success. *Information Technology Journal*, 20(5), 347–365.

Red social - Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado Diciembre 27, 2010, a partir de

[http://es.wikipedia.org/wiki/Red\\_social#Redes\\_sociales\\_en\\_Internet](http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social#Redes_sociales_en_Internet)

Redes Sociales: Situación y tendencias en relación a la información y la documentación. (2010, Junio 1). *Blog de la biblioteca de la Facultad de Traducción y Documentación de la Universidad de Salamanca*.

Recuperado Junio 1, 2010, a partir de

<http://www.universoabierto.com/3569/redes-sociales-situacion-y-tendencias-en-relacion-a-la-informacion-y-la-documentacion/>

Reinhardt, W., Ebner, M., Beham, G., & Costa, C. (2009). How people are using Twitter during conferences. *Creativity and Innovation Competencies on the Web*, Hornung-Prähauser, V., Luckmann, M. (Ed.) (pág 145–156). Presented at the 5 Edumedia conference, Salzburg.

Rheingold, H. (1998). *The Virtual Community*. Recuperado a partir de

<http://www.rheingold.com/vc/book/>

- Ribes, X. (2007). La Web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. *Telos*, (73), 36–43.
- Ross, C., Terras, M., Warwick, C., & Welsh, A. (2011). Enabled Backchannel: Conference Twitter Use by Digital Humanists. *Journal of Documentation*, 67(2).
- Saunders, N., Beltrão, P., Jensen, L., Jurczak, D., Krause, R., Kuhn, M., & Wu, S. (2009). Microblogging the ISMB: A New Approach to Conference Reporting. *PLoS Computational Biology*, 5(1).
- Scheler, U. (2002). *Networking como factor de éxito*. Gestión 2000.
- Scott, P. J. P. (2000). *Social Network Analysis: A Handbook* (2nd ed.). Sage Publications Ltd.
- Taylor, S., & Bogdan, S. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Torres-Salinas, D., & Delgado-López-Cózar, E. (2009). Estrategia para mejorar la difusión de los resultados de investigación con la Web 2.0. *El profesional de la información*, 18(5), 534–539.
- Twapper Keeper - “We save tweets” - Archive Tweets. (s.d.). . Recuperado Diciembre 5, 2010, a partir de <http://twapperkeeper.com/index.php>
- Tweetdoc: Document your twitter event. Recuperado Diciembre 5, 2010, a partir de <http://www.tweetdoc.org/>
- Twitter. (s.d.). . Recuperado Diciembre 5, 2010, a partir de <http://twitter.com/>
- Valenza, J. (2009). 2.0 at AASL 2009 National Conference in Charlotte. *Knowledge Quest*, 37(5), 97-97.

X Workshop REBIUN (XWorkshopRebiun) on Twitter. Recuperado Diciembre 5, 2010, a partir de <http://twitter.com/#!/XWorkshopRebiun>

X Workshop REBIUN Valencia 2010. (2010). Recuperado Diciembre 5, 2010, a partir de <http://rebiunvalencia2010.upv.es/>

Yin, R. K. (2002). *Case Study Research: Design and Methods, Third Edition, Applied Social Research Methods Series, Vol 5 (3rd ed.)*. Sage Publications, Inc.

## 12. Anexos

### 12.1. Anexo I: Entrevistas en profundidad

#### a) ENTREVISTA CON JORDI SERRANO

Jordi: Hola

yo: Hola Jordi, què tal?  
com han anat els nadals?

Jordi: un segon...

Enviado a la(s) 18:30 del viernes

Jordi: Hola de nou ... tenia una trucada

yo: tranquil

Jordi: Preparat

yo: be, com saps estic fent un estudi sobre l'ús de Twitter en el cas concret d'un congrés professional, el X Workshop Rebiun

tu eres una de les persones que més ús va fer de Twitter durant el congrés

que opines d'aquestes nous canals de comunicació que s'obren per a aquest tipus d'esdeveniments?

Enviado a la(s) 18:34 del viernes

Jordi: Estan be, son noves formes de comunicar-se i relacionar-se ..... en realitat són un complement al "evento" com pot ser la retransmissió per "streaming" .... potser el millor es la "visió" per part dels assistents. No tots veiem i entenem el mateix

Enviado a la(s) 18:35 del viernes

yo: és aleshores també un espai de debat on conflueixen distintes opinions del que esta passant?

Enviado a la(s) 18:37 del viernes

Jordi: Debat-debat no ho tinc tant clar .... si que hi ha gent que comenta i opina sobre el que esta passant pero en general, crec que el que fem generalment es transmatre el que estan dient al "estrado"

yo: com si estigueres prenent apunts a un bloc?

Jordi: Vull dir que som mes de de "fulanito dice" i ho comparteixes amb els teus seguidors que no si estem d'acord o no amb el que diu

yo: i quin és el objectiu de retransmitir d'aquesta manera el que esta passant? aquestos missatges van dirigits als que també hi estan o als que no?

Enviado a la(s) 18:42 del viernes

Jordi: En el cas de REBIUN, jo estava al comité organizador o alguna cosa aixi, ja que formo part de la linia 2 de REBIUN (be, representant a la UPC;-) personalment m'interessava que el workshop tingués resó

yo: i creus que finalment en va tindre més gràcies a Twitter?

Enviado a la(s) 18:44 del viernes



Jordi: .... segur que si. Va arribar a gent de llatinoamerica i a la gent de les univ. que ho seguien des de la feina per streaming i/o tweets

yo: Aleshores creus que els assistents del workshop van utilitzar prou aquesta eina?

Jordi: També va ser important el nom de les persones i institucions que hi participaven --> Fulanito de la Ude.... presenta el no se que .... dicen que tienen nosecuantos

Enviado a la(s) 18:47 del viernes

Jordi: Sobre l'anterior, si mires qui feia tweets .... erem 4 gats i alguns no estaven a la sala .... Recorda que hi havien pocs portatils i menys smatphones

Pero els 4 gats erem uns "agitadors" i "liantes" ;-)

yo: si, a mi em va semblar que molta gent encara no coneix molt aquestes eines o que encara no s'han animat a utilitzar-les

Jordi: exacte ... ho acabo de posar ... però l'impacte va ser important imagina't si el 30% de la sala estigues twittejant ... trending topic directament

yo: si, els que hi havíem vam fer un us intensiu :-)

Jordi: Es que valem per 10 :-)

yo: potser també sigui un problema de connectivitat, ja que la sala no estava molt preparada per a connectar ordinadors, i no tothom té mòbils per a poder connectar-se per internet

Enviado a la(s) 18:51 del viernes

Jordi: Lo de la corrent electrica si que va ser un tema pero ens organitzavem .... no entenc com un Dire o un "semiboss" com jo d'una biblio universitaria surt sense portàtil. A la UPC el portem lligat al braç ;-)

yo: ☺

Enviado a la(s) 18:56 del viernes

Jordi: Un segon aspecte des tweets es promo dels teus i dels teus col·legues. Un parell d'exemples el Pablo de C es un bon amic amb que estem fent alguns projectes i un pencaire quan ell va "actuar" li vaig donar molta "vidilla" o quan la meua gent va presentar lo de la UPC ni t'imagines .... amb links, enfatitzant i matitzant comentaris de l'Uri o en Toni allò "barriendo para casa". Pero, vaja per això també serveix Twitter

yo: per a promocionar a les persones i els seus treballs?

Jordi: Exacte ....

Enviado a la(s) 19:00 del viernes

Jordi: Ah i el que no surt pero es important son el DMs entre nosaltres. Tipus "Julián vaya rollo quedamos fuera y tomamos algo" o "Josep m'estic avorrint fem un cigarret fora?" o "Vaya rollo se estan pegando estos de la ..."

yo: si, a mi una de les coses que més interessants em semblen son les interaccions amb els altres usuaris

és un altra via de comunicació informal que et permet conèixer a gent i reforçar les relacions que ja tens

Enviado a la(s) 19:04 del viernes

Jordi: Un tema que tenim pendent i que he vist en molts actes semblants es lo de preguntar viat Twitter .... es una bona oportunitat i s'utilitza poc (em sembla que hi eres al LISEPI) pero vaja des de la sala també es pregunta poc pero des de Twitter qui pregunta queda menys "vergonyos"

yo: si, també vaig estar a lisepi però lús de Twitter em va semblar similar al d'aquest congrés

i també poden preguntar coses els que no estan a la sala

i segueixen el congrés per Twitter

Jordi: pero ho fa molt poca gent aquí crec que la Nieves de Sevilla, l'Honorio i algú d'Argentina

yo: si, ben poquets

tornant al tema de les interaccions amb altres usuaris...

vas conèixer a més gent gràcies a Twitter en el workshop?

Enviado a la(s) 19:10 del viernes

Jordi: Personalment no ja que a la majoria de la gent la coneixia .... el que si que vaig descobrir que alguns tenien un Twitter poc actiu i si que dels que ens seguien des de fora amb molts en vam convertir en followers recíprocs. Això passa en tots aquests actes Comences l'acte amb 100 followers i quan acaba en tens 110 o 115 lògic això s'estén com una taca d'oli

Enviado a la(s) 19:12 del viernes

yo: i encara que no conegueres gent nova, creus que les relacions amb els que ja coneixies es van reforçar gràcies a Twitter?

Enviado a la(s) 19:15 del viernes

Jordi: No estic segur. Creix el nombre de gent a la que segueixes i et segueix pero molts activen el compte de Twitter en actes com aquests En Pablo de C es un exemple quan es a un congrés o similar twitteja i després hiberna ;-) Sobre reforçar relacions, crec que el que val es "desvirtualitzar" i aprofundir una mica mes. Potser soc dels rars pero molta de la gent amb la que ens seguim (pe Pablo de C) ens coneixiem abans de Twitter i com que poc a poc la gent va entrant aleshores el que tenim es un nou canal o mitjà de relacio ..... també hi ha molta gent que no conec personalment, que consti! pero abans intento agafarli les coordenades

yo: tu i jo ens vam conèixer gràcies a Twitter :-)

Enviado a la(s) 19:22 del viernes

Jordi: Es un exemple .... pero vaig xafardejar una mica.... que si el LisEpi (que vaig intentar desvirtualitzar-te pero va ser tard) el tema de la documentacio, lo de sanitat (els meus orogens professionals), la teva xarxa de relacions i Tweets i vaig fer "accept"

... o follow no recordo

yo: si, està clar, que primer u selecciona si vol conèixer a ixa persona via Twitter, i després ve la desvirtualitzacio

pero potser son relacions que sino hagués sigut gràcies a Twitter no s'haguessin produït

Jordi: Segur o seria molt mes tard ....

Es lo dels 6 grados de separacion que diuen

yo: si

Jordi: pero mes accelerat

yo: be, i a banda del que hem comentat, hi ha algun us més que cregues d'utilitat?

Enviado a la(s) 19:27 del viernes

Jordi: Que pot ser perjudicial per el "negoci de jornades i congressos" sobretot ara amb la crisi. Abans si et volies enterar tenies que anar i o conseguir/comprar el llibre d'actes .... ara diuen "ya lo seguiré por Twitter"

yo: o sigui que també canvia la comunicació dels resultats de investigacions o treballs...

Enviado a la(s) 19:30 del viernes

Jordi: Si, i a més segmentada o amb visions parcials .... ho pots comprovar a la llista de tweets en un mateix espai de temps. Jo pe. puc resaltar un aspecte i en Marquina un altre o fins i tot que els dos diguem coses contradictories entre nosaltres .... per tweet sols donem pistes o percepcions. si interessa cal aprofundir bastant mes

yo: D'altra banda, diries que gràcies al hashtag de workshop Rebiu es va aconseguir crear una comunitat virtual?

Enviado a la(s) 19:34 del viernes

Jordi: Temporalment crec que si ..... Jo vaig seguir-ne un altre de REBIUN sobre ALFIN des de la feina i erem una comunitat els de fora + els assistents

yo: si, està clar que limitat als dies que va durar el congrés

pero comunitat virtual al cap i a la fi

Jordi: clarissim

yo: quan no assisteixes presencialment el congrés també utilitzes Twitter per a seguir-lo i formar part de la comunitat virtual que es genera?

Enviado a la(s) 19:38 del viernes

Jordi: Si m'interessa o tinc col·legues (o participa gent de la UPC) ho segueixo amb el hashtag i la lio com el qui mes ... pero no estic al 100% pendent cada x temps miro el timeline i reviso el que passa i si hi algun tweet que val la pena faig un RT o be comento o polemitzo una mica

yo: ets un crack del Twitter! :-)

Jordi: que va .... aixó tot just acaba de començar

yo: si, això sembla

segur que d'aquí a un temps molta més gent l'utilitza i veurem nous usos

i més possibilitats

Enviado a la(s) 19:42 del viernes

Jordi: I tindrem que ser mes selectius Allo de "siguiendo a 15.000 pero que surti biblioteca documentacion, DRUPAL, Open Access, DSPACE i 2.0" i la resta t'ho saltes. Per exemple

yo: si, això segur, tenim unes limitacions!

Be, Jordi, crec que ja tinc prou informació

si durant aquest temps creus que hi ha qualsevol altre comentari que pugues afegir, sempre me'l pots enviar per correu

Jordi: OK ... si et cal mes ajuda cap problema. tornem a quedar amb tota confiança les vegades que calgui

yo: i serà de gran utilitat

moltisimes gràcies

l'és de gran ajuda la teva col·laboració!

Jordi: :-) Bon cap de setmana

yo: gràcies igualment :-)

## b) ENTREVISTA CON JULIÁN MARQUINA

yo: Hola Julián!

Julián: Hola Paula... :-)

yo: qué tal? estás preparado para nuestro "encuentro"?

Julián: preparado... espero estar a la altura...

yo: desde luego estás a la altura de los mejores twitteros del X workshop rebiun, no se qué habría hecho sin vuestros twitts

Julián: jajaja... unos cuantos tweets si que hubieron

yo: si, fuiste una de las personas más activas

Julián: de las más activas?... que bien... :-)

yo: cuéntame, a qué se debe tu interés por la actividad de twittear?

sí, eso dicen los datos!

Julián: iujuuuu

pues el interés por twitter se debe a la necesidad de hacer llegar lo que se dice en el evento a las personas que no pueden ir por diferentes motivos

yo: y crees que se consiguió en el caso del workshop de Rebiun?

Enviado a la(s) 16:03 del martes

Julián: espero que si... lo bueno de esto es que no es uno solo el que twittea en los eventos y a través de los hashtag puede llegar a tus followers más información de la que puedas dar

yo: si, y a través del hashtag te pueden seguir también los que no son tus followers

Julián: exactamente... los hashtag, además de para informar a los que los siguen, hacen que personas que no te conocen te puedan conocer y ver si tienes temas en común o no

yo: si, la verdad es que son una buena idea para recuperar informacion sobre un tema determinado y para aglutinar a personas bajo un mismo interés común

crees que gracias a los hashtags se consiguen crear comunidades virtuales?

Enviado a la(s) 16:07 del martes

Julián: si... estoy seguro que si... es igual que lo ocurrido con el hashtag #biblioteca... que sigue perdurando más allá del experimento que se hizo y se ha creado una comunidad alrededor del mismo

Enviado a la(s) 16:08 del martes

yo: si, y gracias a estas comunidades siempre conoces a gente nueva que comparte intereses

Julián: por supuesto... y gente que nunca pensaste en conocer y que ves que tiene los mismos objetivos y temas

yo: si, está muy bien

y a parte de informar a las personas que no están presentes en el evento, qué utilidades más crees que tiene Twitter para los congresos?

Enviado a la(s) 16:11 del martes

Julián: creo que también puede servir para tener un trato directo con la gente de la mesa y no tener que hacer las preguntas en "viva voz" sino a través de los tweets...

yo: para hacer preguntas te refieres?

Julián: e informar muchas veces a la gente que está dentro de los eventos

si, si... a hacer preguntas, sugerencias... cualquier cosa... vamos, interactuar con la mesa a través de Twitter...

yo: en el caso del X Workshop Rebiun ocurrió así?

Julián: si... te cuento un caso curioso que pasó en una de las mesas

yo: vale,, adelante

Julián: ok... :-)

Enviado a la(s) 16:15 del martes

Julián: estaba @jserranom moderando la mesa de Recolecta en el evento... y se me ocurrió decirle: "A que no te atreves a mencionar a @RecBib y @BiblogTecarios en la mesa" el me dijo que con @RecBib lo tenía más fácil que con @BiblogTecarios, así que se animo y en el inicio de su presentación

tuvo un lapsus donde salió a relucir en nombre de RecBib delante de todas las personas fue poco... un lapsus... en lugar de decir: "vamos a ver las estadísticas de Recolecta" dijo "vamos a ver las estadísticas de RecBib"

yo: pero lo hizo a propósito?

Julián: y esa fue la anécdota... más le mencioné de que era un "lapsus programado"... :-)  
sí, sí... fue a propósito por la conversación que estuvimos teniendo a través de Twitter... él en la mesa y yo en la sala

yo: ahh, qué ingenioso es @jserranom  
en este caso, gracias a Twitter conseguiste un pequeño reconocimiento de tu trabajo en @RecBib

Julián: bueno... en realidad un reconocimiento no (tampoco lo buscaba) pero me hacía gracia que se mencionase el nombre de RecBib entre los asistentes... :-)

yo: está claro, te quedarías a cuadros!

y otros asistentes también utilizaron la herramienta para comunicarse con los que estaban en la mesa?

Julián: jajaja... la verdad es que fue todo un detalle que lo pudiese incluir, me hizo ilusión... ☺

creo que la participación en la sala de Twitter no fue del todo la esperada y seríamos unas 10 personas (mucho me parecen) las que estábamos interactuando con la mesa además el único moderador, o ponente, que estaba conectado vía twitter fue Jordi (creo recordar)

yo: bueno, había algún otro como @merlovega

Julián: y eso que teníamos a más de 1.000 personas siguiendo el streaming (según datos que se dieron en la sala)

yo: y @pcastromartin

Julián: sí, tienes razón... :-)

yo: de hecho @merlovega dio paso a preguntas por Twitter

pero hubieron más de gente que lo seguía por streaming que de personas que estaban presentes en la sala

porqué crees que la gente utilizó tan poco Twitter?

Julián: Toda la razón... no me acordaba... @merlovega dio paso a preguntas y siguió las preguntas de Twitter

La gente utiliza tan poco Twitter por desconocimiento de la herramienta o por pereza de tener que estar conectado y escribiendo

de todas formas... las instalaciones del evento no eran las mejores para usar los portátiles estuve casi todo el evento sentado en el suelo, al lado de un enchufe, para poder tener batería

yo: eso es verdadera vocación por la actividad de twittear  
no creo que muchas personas se hubieran tirado en el suelo por ello :-)

Enviado a la(s) 16:26 del martes

Julián: jajaja... no fui el único Jorge Serrano también me acompañó al suelo, y Alicia Selles... creo recordar que Jordi Serrano también y luego los organizadores del evento (para poder retransmitir)

pero vamos... que el suelo no tiene que ser el lugar ideal para Twittear un evento

yo: bueno, pero así tiene más mérito

lo que está claro es que las salas todavía no están preparadas para los avances de la tecnología

Julián: jajaja... nada, nada... solo hacía mi trabajo... ;-)

para nada... las salas no están preparadas... por eso es bueno irse a este tipo de eventos con alargadores y regletas para poder tener los portátiles encendidos

yo: hay que ir preparado!

antes comentabas que otra de las utilidades de Twitter era "informar muchas veces a la gente que está dentro de los eventos"

a qué te referías?

Julián: me refiero a la gente que por cualquier cosa no se ha enterado de lo que han dicho en la mesa, pero que sí ha sido captado por alguien en Twitter, poderse enterar...

esto es igual que cuando los profesores hacían dictados en el colegio... pero no vale decir: "profe, puede repetir"... para eso está twitter y con suerte te puedes enterar

para ello sería bueno que en la sala hubiesen pantallas con los tweets de los eventos

yo: sí, eso también faltó

Julián: si... en casi todos falta... :S

yo: yo solo lo vi en un congreso que lo ponían al inicio, antes de empezar, y era curioso ver en la pantalla grande tus propios twitts y los de los demás pero si que sería útil que lo pusieran durante el congreso

Julián: si... tendrían que haber pensado en partir la pantalla o en poner otra para los tweets

esto de las pantallas lo he visto en el EBE09... y la verdad es que fue un éxito

yo: aunque no se si entonces le hubieras dicho a @jserranom lo de @RecBib

jejeje

lo hubiera leído todo el mundo

Julián: no te preocupes... le habría mandado un DM... ;-)

yo: eso sí

además es curioso porque la gente da su propia versión de los hechos

y muchas veces está escrita una misma frase cinco veces pero de distintas maneras

Julián: esto depende de la forma de pensar de cada persona... una noticia puede ser interpretada de muchas maneras

y esto ya depende de la persona... o de si ha entendido bien lo que se ha dicho en la sala...

:-)

yo: es igual que cuando una noticia aparece en el periódico

también pasa por el filtro del periodista

Julián: exactamente igual

yo: que da su visión subjetiva de lo que ha ocurrido

Julián: eso es...

yo: algun uso más de Twitter en este congreso?

Enviado a la(s) 16:37 del martes

Julián: además de para retransmitir el evento y hacer preguntas a la mesa... también se utilizó para subir fotos del mismo (usando el hashtag y alguna aplicación para twitter)

creo recordar que se subieron algunas... tú que manejas los tweets lo tendrás más presente... ;-)

yo: sí, se creó una página en Flickr

donde se subieron todas las fotos

Julián: ☺

yo: y luego se puso el enlace en Twitter

aunque yo creo que esto entraría dentro de un uso más general de difundir información sobre el congreso

la información que se difunde puede ser la retransmisión del evento, las fotos, enlaces de interés, el tiempo, el mapa de localización del evento...

Enviado a la(s) 16:40 del martes

Julián: si... por supuesto que no es el contenido del evento, pero muchas veces es bueno poner a la gente que sigue un evento desde casa o el trabajo en situación... y ya sabes que una "imagen vale más que mil palabras"

una fotografía del evento puede dar muchas pistas sobre la acogida que ha tenido, el momento que se está viviendo...

yo: sí, está muy bien, de hecho me llamó la atención cuando @jserranom hizo una foto con su móvil a la sala, desde la mesa y luego colgó la foto.

nunca había visto a un ponente haciendo una foto de la sala mientras estaba delante de todo el mundo

es innovador!

Julián: ese es el Jordi Serrano innovador... al más estilo de una estrella de rock haciendo fotos desde el escenario... :-)

yo: jejeje si, solo por eso ya vale la pena

algun uso más que destacar?

Enviado a la(s) 16:44 del martes

Julián: creo que no... por lo menos de mi parte... donde lo realmente importante era dar difusión a los contenidos que allí se daban

yo: qué opinas del matiz social de Twitter?  
lo utilizaste para relacionarte con la gente?

Julián: si... Twitter lo veo como una herramienta de comunicación magnífica y donde lo importante es la relación con las personas

no tiene sentido tener una cuenta de Twitter donde te habla la gente y no contestarles gracias a este tipo de eventos se conoce a mucha gente con temas en común

yo: y conociste a más gente en el workshop gracias a el uso que hiciste de Twitter?

Julián: si... la cuenta de @grupobaratz (desde donde twitteé el evento) tuvo un incremento del número de seguidores

yo: twitteabas desde las dos cuentas? la de @grupobaratz y la de @JuliánMarquina?  
Enviado a la(s) 16:48 del martes

Julián: la que realmente usé para la difusión fue la de @grupobaratz... luego la mía la usé en menor medida para contar más anécdotas del evento... digamos que la trastienda... ;-)

pero si... muchas veces la multipersonalidad hace que no sepas quien eres en cada momento... :-)

yo: twitteaste desde dos cuentas y encima desde el suelo..wow!  
;-)

Julián: nada... es que TweetDeck nos lo pone fácil... :-)

yo: en el caso de tus twitts desde @grupobaratz tengo entendido que forma parte de tu trabajo como community manager de la empresa

qué supone para una empresa como Baratz estar presente en Twitter en esta clase de eventos?

Julián: si... lo hago como CM de Baratz

Baratz es una gran empresa que de siempre ha estado metida en este tipo de eventos... o como patrocinadores o como ponentes... y ahora podemos decir que también está como difusora de los contenidos

Enviado a la(s) 16:52 del martes

Julián: retransmitir este tipo de eventos lo que hace es darle presencia a la empresa... y decir... "oye, que estamos aquí y que también hablamos de las cosas que tú hablas"...

digamos que es humanizar las relaciones sociales a través de internet entre una empresa y las personas...:-)

yo: y de algún modo, promocionar la empresa, no?

Enviado a la(s) 16:54 del martes

Julián: también... pero esto es como todo... es una difusión que se le puede dar a una empresa dentro de un evento sin realizarlo de una manera invasiva para las personas

pero el objetivo principal de la retransmisión de los eventos no es la difusión de la empresa o del Twitter... sino la retransmisión a nuestros followers de lo que allí se acontece...

yo: de algún modo parece que es un marketing más humano

ahora muchas empresas aprovechan las redes sociales para darse a conocer

Julián: es una relación más cercana con las personas en internet... y donde lo que realmente importa es la comunicación con ellas y no el venderles los productos

si, muchas empresas se están subiendo al carro de las redes sociales... y todas, tarde o temprano lo estarán... ¿Por qué?... porque tiene que ser así

ya no solo para relacionarte con las personas (que es muy importante) sino para saber qué es lo que se está diciendo de ti en el mundo virtual

yo: cada vez se habla más de eso, de la reputación digital

crees que en caso de las personas individuales este tipo de eventos también dan la oportunidad de darse a conocer en las redes sociales?

a nivel de "promoción" de las mismas personas

Julián: si... este tipo de eventos son la ventana perfecta para darse a conocer en una comunidad... ya depende luego de la persona de si se quiere dar a conocer bien o mal (suele ser bien en la mayoría de los casos)

Enviado a la(s) 17:00 del martes

yo: a ti te han surgido oportunidades a través de tu uso de internet :-)) eres un claro ejemplo de ello

Julián: bueno... no creo que sea un ejemplo, pero si me han surgido oportunidades gracias a internet... y lo mejor es que han surgido sin esperarlas... :-)

yo: lo que comentábamos antes de la gente que conociste gracias a tu uso de Twitter en el workshop...

conociste a gente nueva? a parte de por internet, presencialmente?

quiero decir que antes la gente acudía a los congresos tradicionales para hacer networking, y ahora también, pero además se abre esta nueva vía de Twitter que también puede servir para hacer networking, crees que ha sido efectivo en tu caso?

Julián: si... si que conocía a gente en persona, además de por Twitter, pero mi carácter tímido y reservado muchas veces hace el efecto contrario... es decir, conocer a gente por Twitter y no en persona aunque la tenga al lado... :-)

Enviado a la(s) 17:05 del martes

Julián: sí... son muy importantes las relaciones con las personas en modo offline... y este tipo de eventos sirven para conocer a gente nueva y reencontrarte con gente que ya conoces de antes y seguir tejiendo esa unión

yo: pero entonces dices que en tu caso conociste a menos gente cara a cara por el hecho de usar Twitter?

Julián: no por el hecho de usar Twitter... eso ya va en cada persona... Puedes usar Twitter y conocer a más gente offline que online... lo único que yo voy al revés... :-)

yo: ya quieres decir que aunque no usaras Twitter de todos modos no hubieras conocido a esas personas

Julián: eso es... :-)

yo: que no por usar Twitter conoces a mas ni menos las mismas

Julián: ☺

es lo malo de salir uno tímido... :-)

yo: bueno, yo también soy tímida :-)

pero creo que en estos casos conozco a más gente gracias a Twitter

porque una vez ya se ha iniciado el trato por internet parece que le tienes más confianza a las personas

como si ya las conocieras de antes

Julián: indudablemente... la gente con la que ya tienes una relación vía Twitter o Facebook y luego te la encuentras en los eventos es como si la conocieses ya de antes y entablas una conversación como si nada...

lo único es que si conoces a alguien ese mismo día vía Twitter ya es otra cosa la presentación offline... no sé si me explico... :S

yo: todavía no le has cogido confianza

está claro, es todo un proceso

Julián: eso eso... :-)

yo: ☺ bueno, creo que ya hemos exprimido todos los usos que vemos en Twitter

lo que está claro es que ahora es mucho más divertido que antes, en los congresos "tradicionales"

Enviado a la(s) 17:12 del martes

Julián: te doy toda la razón... ahora los eventos se vuelven más participativos y donde a todas las personas se les da la voz (online) para hablar en ellos y expresar sus opiniones o simplemente retransmitir lo que se dice en la sala

yo: todos somos protagonistas!

el alma de la web 2.0

Julián: ;-)

Enviado a la(s) 17:13 del martes

Julián: todos somos protagonistas o todos podemos llegar a serlos... hace falta que la gente se mentalice más de lo que es twitter en los eventos... pero vamos... que poco a poco cada vez Twitter está teniendo mayor presencia... :-)

yo: bueno, por mi parte eso es todo, si no tienes nada más que añadir...

Julián: por mi parte también... creo que he dicho todo... :-)

yo: bueno, pues te agradezco enormemente tu colaboración

gracias por tu tiempo

Julián: de nada... para eso estamos... :-)

y un placer poder participar...

yo: hasta pronto!

Julián: hasta luego...

### c) ENTREVISTA CON NIEVES GONZÁLEZ

Nieves: Hola Paula

yo: Hola Nieves!

vaya, esto ha sido telepatía, nos hemos escrito a la vez :-)

Nieves: jeje

yo: gracias por tu tiempo, se que estás liada con los exámenes

Nieves: bueno, hoy tengo un respiro

doy 19 creditos

estoy agotada

yo: no está mal,

estarás a tope de exámenes

Nieves: así es

yo: pues ánimo!

Nieves: ☺

yo: bueno, pues vamos al grano que no te quiero entretener más de lo necesario

Nieves: ok

yo: como te comenté estoy haciendo mi trabajo final de master sobre el uso de Twitter por los congresos profesionales

y concretamente mi estudio de caso es X Workshop Rebiun

Nieves: si

yo: tu fuiste una de las personas que más utilizaron Twitter en el marco del congreso

Nieves: no lo sabía

hasta que me lo dijiste tu

yo: sí, he hecho un estudio del uso del hashtag utilizado en el congreso

☺

pero lo que te diferencia del resto de personas que tanto lo utilizaron es que tu no estabas presente en el congreso

Nieves: así es

yo: te interesaba especialmente el X Workshop Rebiun o es una práctica que sueles realizar en otros congresos?

Enviado a la(s) 18:04 del martes

Nieves: suelo tuitear todo congreso, evento, reunión profesional a la que voy me considero en el deber

y este en concreto

me habían interesado algunas intervenciones

decidí verlo por streaming

yo: me ha gustado eso de que te consideras en el deber, a qué te refieres?

Nieves: pues si yo estoy viendo y oyendo algo interesante para mi profesionalmente

creo que debo comunicarlo

no quedármelo para mi sola

yo: ojalá todos pensaran así, porque en el caso del workshop no hubo tanta gente activa en Twitter

de hecho, participaste mucho más que muchos de los presentes

Nieves: pero es por la herramienta

no se sienten cómodos o la desconocen

no creo que sea actitud de los bibliotecarios

al contrario

es que no están familiarizados con ellas

ten en cuenta que yo empecé a utilizar las herramientas de la web social desde el 2005/2006

yo: a priori parece que los bibliotecarios tienen perfiles más digitales que otras personas y que por ello tendrían que ser impulsores en el uso de estas tecnologías

Nieves: no todos

yo: ya, está claro que todavía hay mucho 1.0

aunque parezca mentira!

supongo que poco a poco se irán conociendo más estas cosas

Nieves: sobre todo se le irá perdiendo el respeto

jeje

yo: si, la paranoia tecnológica como yo le llamo



:-)

Nieves: para muchos todavía usar el twitter en el trabajo es una pérdida de tiempo hay cosas más importantes que hacer!!!

yo: dices que estás en el deber de compartir con los demás lo que consideras interesante,  
Nieves: si

yo: ¿para qué más utilizaste Twitter en el ámbito del congreso además de para difundir la información de lo que considerabas interesante?

Nieves: para seguir los comentarios que hacían los demás twiteros para crear conversación sobre lo que se decía en el congreso

yo: crees que gracias a las conversaciones que se crean a partir de los hashtags podríamos hablar de formación de comunidades virtuales?

Nieves: por supuesto  
no tienes más que entrar ven twitter  
o en facebook

si ves lo que pasa en IWETEL

es más interesante la conversación que se genera en la red sobre lo que se dice en IWETEL que las respuestas en el mismo IWETEL

yo: a mí me da la impresión de que en las redes sociales la comunicación es más informal  
Nieves: es más abundante

yo: en Iwetel, aunque también se puede crear comunidad virtual, las interacciones son más formales

Nieves: y escasas  
no todo el mundo opina

yo: ni todas las opiniones son publicadas, ya que hay que pasar por el filtro del moderador

Nieves: no te puedes crear una opinión fundamentada de la opinión de la gente sin embargo en las redes sí

tienes muchas formas de dar tu opinión, de expresar tu gusto o disgusto es mucho más rica

yo: sí, y lo bueno es que gracias a las comunidades virtuales te reúnes con gente que comparte un interés común

Nieves: cuando los bibliotecarios más reacios lo descubran....

yo: jejeje si

has conocido a más gente gracias a Twitter?

Nieves: sí, soy relativamente exigente con la gente que sigo pero soy muy adicta a seguir temas con Tweetdeck

sigo temas de marketing 2.0, de analytics library y estoy conociendo a gente muy interesante

yo: y la conoces personalmente también?

Nieves: bueno, sí, por ejemplo en EBE, evento blog, que se celebra en Sevilla todos los años, suele traer a gente muy buena

para dar conferencias o como asistentes he conocido a Dolors Reig,

yo: pero son gente que has conocido a través de Twitter?

Nieves: Miquel Duran

no es gente a la que sigo por twitter

es gente a la que sigo por twitter

dejame recordar

yo: ah ya, y gracias al evento los conociste personalmente

Nieves: alguien que haya conocido por twitter

si

gente de Sevilla que trabaja con temas de marketing 2.0

yo: en el caso del congreso también conociste gente?

aunque no estuvieras presencialmente

Nieves: no, en los congresos profesionales y sobre todo después de 30 años en la profesión, nos conocemos ya casi todos y sobre todo al que tuitea

yo: bueno, pero siempre hay gente nueva como yo :-)

Nieves: ahí si que somos una familia  
jeje  
bienvenida  
yo: gracias  
quieres decir que en el caso del workshop te twitteaste preferentemente con aquellos a los que ya conocías?  
Nieves: quiero decir que los que tuiteamos en el X Workshop de REBIUN nos conocíamos todos  
ten en cuenta que creo fué el primer Workshop de Rebiun que se tuiteo  
yo: entonces de algun modo tambien sirve para reforzar las relaciones ya existentes  
Nieves: claro, es como verse de nuevo  
me paso con Jose Ramón  
Jordi  
yo: ah si  
que fue como si os hubierais visto?  
Nieves: cuando llevaba tuiteando un ratito  
me preguntó en que parte de la sala estaba  
para saludarnos  
jeje  
yo: jejeje, si a mi tambien me paso que habia gente que tuiteaba que no sabia si estaban presentes o no  
como tampoco conozco personalmente a todo el mundo  
Nieves: y lo curioso es que con el tiempo  
yo: esque había más gente que siguió el congreso online en algun momento que gente en la sala!  
Nieves: no sabes si de verdad estuviste con esa persona  
presencialmente  
en el V Congreso de Bibliotecas públicas  
tambien estuve con Jordi  
y con el tiempo seguro que no recuerdo si nuestras conversaciones fueron presenciales o virtuales  
yo: jejej  
al final ya casi que no hará falta desplazarse a ningun congreso  
si total podemos hacer lo mismo desde las redes sociales e internet  
Nieves: eso mismo dijimos en el Workshop de REBIUN  
Fijate que de mi biblioteca  
fueron 4 personas  
que no estan en las redes  
y al volver pude habalr con ellas de aspectos  
concretos del workshop  
incluso se habian perdido alguna cosa  
como si yo hubiera estado allí  
yo: y seguro que tu estabas más introducida en la comunidad, interactuaste más con la gente, etc  
Nieves: bueno me perdí lo que no sale en el streaming  
yo: la pausa cafe  
jejeje  
Nieves: las conversaciones con los colegas  
yo: solo faltaria eso ya, te imaginas?  
quizá con el tiempo hay streaming de la pausa cafe  
Nieves: estaría bien  
yo: ☺  
Nieves: pa cotillear  
yo: si  
o tal vez todo se haga por videoconferencia y ya nadie vaya a ningun sitio  
Nieves: hay que buscar el equilibrio  
se puede  
yo: si, está claro!  
Nieves: estamos en epoca de crisis  
yo: tampoco es plan de no salir de casa

Nieves: hay que reducir costes  
yo: desde luego  
Nieves: pero se pueden programar de forma que se sucedan  
alternen  
lo presencial no puede sustituir siempre lo virtual  
y al revés  
yo: está claro que lo virtual es un complemento de lo presencial  
pero que no lo sustituye todo  
qué mas usos de Twitter se dan en los congresos?  
Nieves: te iba a comentar  
que ahora en los congresos, si te aburres, o no te interesan los contenidos  
tuiteas  
te comunicas con los demás comentando lo que está pasando en la sala  
yo: si, desde luego es más entretenido  
Nieves: es decir, estas presencialmente pero no dejas de estar virtual  
yo: y el acto de tener que estar retransmitiendo lo que ocurre en Twitter también te hace  
estar más atento  
como si tomaras apuntes  
Nieves: si, pero eso es lo mismo que cuando tomas apuntes  
o notas para escribir una crónica en el blog  
yo: si  
Nieves: yo ahora no escribo crónicas en mi blog de los eventos a los que asisto  
o al menos no con tanto detalle  
yo: ya están las crónicas en Twitter  
crees que eso afecta a que pierdan interes las actas de los congresos?  
antes era lan la única manera de enterarse de lo que ocurría en los congresos  
Nieves: ahora es más importante que se cuelguen las intervenciones en las webs de los  
congresos  
para que queramos actas  
?  
yo: sí, y eso es positivo porque la información está más al alcance de todos  
antes era mucho más complicado obtener esa clase de información  
Nieves: otra cosa es que desde la misma organización elaboren un resumen de las  
intervenciones  
que siempre sirve para seleccionar lo que mas te interesa  
y ver en detalle  
una cosa que se hace es publicar por el twitter  
el enlace a la presentación  
del que esta hablando  
a mi me encanta buscarla en slideshare o en prezi  
yo: si, son sitios web muy útiles  
Nieves: publicar el enlace en el momento en que el ponente habla  
el enlace de su presentación  
yo: parece que lo que antes era considerado literatura gris ya no lo es tanto  
Nieves: desde que apareció Internet, el gris es cada vez más blanco  
creo que había un artículo que se titulaba asi  
yo: aunque tambien hay muchisima mas informacion  
Nieves: de ahí la importancia del bibliotecario enseñando competencias digitales,  
informacionales o CI2, como quieras  
yo: y eso hace también que encontrar las cosas sea a veces complicado, aunque por  
razones diferentes a las de antes  
desde luego, para eso estamos los bibliotecarios!  
☺  
Nieves: estoy convencida de que si nos sabemos promocionar bien, vamos a ser una de las  
profesiones más demandadas  
yo: y hablando de promoción, crees que gracias al uso que hacemos de Twitter, como por  
ejemplo el que podemos hacer en el marco de un congreso, nos podemos dar a conocer  
más?  
Nieves: sin duda, nos pueden recuperar desde puntos muy alejados  
no solo geograficamente hablando

tambien por áreas  
a mi me sigue gente de marketing  
solo porque uso las hastag que ellos usan  
ganamos visibiidad  
y credibilidad  
yo: ahora te conoce más gente gracias a Twitte  
Nieves: Ya lo decia Javier Celaya  
los bibliotecarios somos gente creible  
yo: que frase mas bonita  
:-)  
Nieves: y además es completamente cierto  
como yo decia en una presentación reciente,  
no seremos los más guapos de la fiesta  
pero la genmte confia en nosotros  
yo: tambien es verdad que uno tiene que ganarse esa credibilidad, crear una buena  
reputación digital (además de no digital)  
Nieves: si, pero ya partimos de una buena marca  
no todos la tienen  
lo importante es que no le tengamos miedo a entrar en lo virtual  
a dejar de hacer lo que siempre hemos hecho  
a repensar nuestras tareas, a innovar, a ser creativos  
yo: hay que adaptarse a los nuevos tiempos!  
no podemos pretender estar siempre haciendo las cosas del mismo modo  
Nieves: es que ya TODO ha cambiado, como dice el libro de Enrique Dans  
yo: cierto!  
Nieves: conoces el libro?  
yo: si, lo leí este verano  
Nieves: yo tambien  
yo: es muy interesante  
Nieves: y recuerdas lo que explica de su título?  
yo: mas o menos, no con exactitud  
Nieves: lo tituló Todo VA a cambiar para no asustar a la gente  
yo: vamos, que los cambios ya se han producido  
Nieves: pero lo que queria decir era que TODO habia cambiado  
exactamente  
yo: si  
aunque seguro que seguirán cambiando  
:-)  
Nieves: es ley de vida  
yo: pues si  
Nieves: pero yo creo que los cambios que estamos viviendo ahora son mas  
transcendentales  
dicen que no estamos viviendo una época de cambios  
sino un cambio de época  
huy!! que nos vamos de tu tema  
yo: si jeje  
esque da tanto de si  
bueno, pues volviendo al workshop  
que aplicaciones más crees que tuvo twitter?  
Nieves: bueno, para la propia organización del congreso.  
Creo que en algún momento alguien hizo mención a los que estabamos tuiteando  
creo que Margarita Taladriz  
aunque no recuerdo  
tampoco se si se utilizó en algún momento las preguntas que se hacían por tuitter  
es algo muy común  
que se le planteen a los ponentes las preguntas que llegan por esta via  
Así lo hizo Merlo en Fesabid  
yo: si, también se hizo  
además también estuvo @merlovega en una mesa  
y lo comentó

aunque parece que hicisteis más preguntas los que no estabais que los que si  
Nieves: es normal  
la gente de REBIUN somos muy, como diria? tradicionales?  
conformistas?  
yo: ah sí?  
pues eso que en las universidades teneis las bibliotecas más modernas  
Nieves: hace falta una movida grande  
yo: suena contradictorio  
Nieves: y Merlo puede ser un impulsor  
por qué?  
contradictorio?  
yo: porque parece que las bibliotecas universitarias tienen más recursos a nivel tecnológico  
que otras más pequeñas  
Nieves: mira Fernando Juarez  
Catuxa Seoane  
la gente de bibliotecas públicas le dan más al ingenio  
se lanzan más  
tienen menos que perder  
yo: quizás al tener menos recursos  
piensas mas como sacarle partido a lo poco que tienes  
Nieves: y tienen la cultura de que si pierden, no se pierde mucho  
en Universitarias no es asi  
yo: entiendo  
Nieves: tu lo viste en el Workshop  
yo: si, desde luego  
Nieves: cuanta gente tuiteó  
yo: poquita  
Nieves: cuantas bibliotecas universitarias usan twitter  
cuantas públicas?  
yo: y gente como @JuliánMarquina y yo tampoco eramos de universitarias asi que...  
pues si  
Nieves: nuestra cultura es más tipo dinosaurio  
solo nos movemos si tenemos todas las garantías de éxito  
así que en lo que tenemos que trabajar es en demostrar que el uso de estas herramientas  
yo: y cuando has dicho que Twitter se utilizó también para la propia organización del  
congreso que querias decir?  
Enviado a la(s) 19:05 del martes  
Nieves: por un lado las preguntas a los ponentes, y por otro la organización tiene ahí un  
resumen de las jornadas  
es un material de trabajo fantástico  
evidencia de lo ocurrido  
yo: dimelo a mi  
que es mi material de trabajo literalmente  
:-)  
Nieves: pero tambien para la organizacion  
yo: si, está claro  
Nieves: hoy día lo que necesitamos son datos que evidencien un éxito  
o un fracaso para mejorar  
mejorar  
yo: y es bueno para el congreso que se hable de él  
que esa mas conocido para que en otra edicion vaya mas gente  
Nieves: y tambien que sea una fuente de posibles mejoras  
puntos fuertes y debiles  
analisis DAFO  
es un testimonio  
yo: si, es verdad, ademas se tiene acceso a la parte subjetiva del congreso  
ya que muchos usuarios dejaron sus críticas u opiniones  
Nieves: como te ven desde dentro y tambien desde fuera  
yo: sí, por ejemplo tu hiciste algun comentario a la formación de las mesas  
si te parecía adecuada o pensabas que cojeaba por algun lado

Nieves: chicos por un lado  
chicas por otro  
yo: si, qué buena memoria!  
Nieves: me llamó la atención  
yo: de hecho yo no me percaté hasta que leí tu comentario  
Nieves: jeje  
yo: es enriquecedor leer los comentarios de los demás  
:-)  
Nieves: yo me llevo todo el día leyendo el twitter  
mis alumnos no lo entienden  
no lo ven  
prefieren tuenti  
yo: pues tienen suerte de tener una profesora 2.0  
con blog y todo  
Enviado a la(s) 19:12 del martes  
yo: bueno Nieves, creo que ya tengo suficiente material para mi trabajo  
Enviado a la(s) 19:14 del martes  
yo: perdona, me he caído  
del chat  
me has puesto algo?  
Nieves: estas bien?  
yo: si si  
hay algo que no me haya llegado?  
Nieves: yo me llevo todo el día leyendo el twitter  
mis alumnos no lo entienden  
no lo ven  
prefieren tuenti  
pero yo les doy siempre un taller sobre twitter  
esto puse  
yo: ah si, te decía que tienen suerte de tener una profesora 2.0  
que les pueda enseñar sobre estas cosas  
cosas  
Nieves: los de cuarto lo ven más  
lo aprecian  
pero los de primero, nada de nada, muy pocos  
yo: bueno, pues espero que poco a poco vean la luz :-)  
Nieves: espero  
yo: bueno Nieves, no te quiero entretener más, creo que ya tengo suficiente material para  
mi trabajo  
Nieves: si necesitas cualquier aclaración,  
no lo dudes  
yo: muchísimas gracias por tu ayuda  
además ha sido un placer poder conocerte mejor  
Nieves: gracias a ti por pensar en mi  
yo: espero que podamos desvirtualizarnos algún día!  
Nieves: es necesario  
yo: si!  
Nieves: 😊  
yo: :-)  
bueno, pues ánimo con los exámenes  
nos leemos en Twitter!  
Nieves: gracias y suerte con tu trabajo  
sería bueno que nos enviaras algún resumen, cuando lo termines  
lo vas a publicar?  
yo: todavía no lo se  
no se si los tfm se suelen publicar  
Nieves: en nuestro caso los cataloga la biblioteca y se ponen a texto completo  
no lo hacen todos, pero se está empezando a hacer  
yo: en la uoc creo que se pueden dejar en el repositorio pero no estoy muy segura  
lo he visto por encima

ya lo miraré  
si me ponen buena nota claro!  
Nieves: ok  
yo: :-)  
de todos modos independientemente de que lo publique, te lo puedo enviar  
faltaría más!  
Nieves: gracias  
un abrazo,  
yo: un abrazo!  
hasta pronto!  
Enviado a la(s) 19:24 del martes

## 12.2. Anexo II: Captura de pantalla de Twitter

The image shows a screenshot of a Twitter profile for @XWorkshopRebiun. The profile header includes the name 'X Workshop REBIUN', the handle '@XWorkshopRebiun', and the location 'Valencia (Spain)'. The bio states: 'X Workshop sobre Proyectos Digitales 2010 organizado por REBIUN. Grupo Línea 2. Plan Estratégico.' and provides the URL 'http://rebiunvalencia2010.upv.es/'. The profile statistics show 238 Tweets, 12 Following, 66 Followers, and 3 Listed. The 'Connections' section lists users followed by the account and users followed by both the account and the viewer. The 'Following' section lists 12 users. The 'Timeline' section shows several tweets from the account, including announcements about the workshop, photo links, and interviews.

**X Workshop REBIUN**  
@XWorkshopRebiun Valencia (Spain)  
X Workshop sobre Proyectos Digitales 2010 organizado por REBIUN. Grupo Línea 2. Plan Estratégico.  
<http://rebiunvalencia2010.upv.es/>

Following

Timeline Favorites Following Followers Lists

**XWorkshopRebiun** X Workshop REBIUN  
Finaliza e X Workshop REBIUN 2010. Gracias!!! #XWKREBIUN  
8 Oct

**XWorkshopRebiun** X Workshop REBIUN  
Más fotos!! <http://www.flickr.com/photos/54654941@N04/>  
#XWKREBIUN  
8 Oct

**XWorkshopRebiun** X Workshop REBIUN  
Fotos! <http://www.flickr.com/photos/bibliotequesup/>  
#XWKREBIUN  
8 Oct

**XWorkshopRebiun** X Workshop REBIUN  
Intervienen: Antonio Ariño. Vicerrector UV, Lourdes Palop, directora bteca. UPV, Victoria G., directora bteca. UV  
#XWKREBIUN  
8 Oct

**XWorkshopRebiun** X Workshop REBIUN  
#XWKREBIUN

About @XWorkshopRebiun

238 Tweets 12 Following 66 Followers 3 Listed

Connections

Also followed by @xercode, @mardlate, @aliciaselles, and more.

You both follow @aliciaselles, @mmarquinez, @mmoipe, and more.

Following 12

Similar to @XWorkshopRebiun · view all

bixerdo · Follow  
bixerdo

LauraDonadeo · Follow  
Laura Donadeo

siragr · Follow  
Sira González Rguez.

MyNews\_es · Follow  
My News

About Help Blog Mobile Status Jobs Terms Privacy Shortcuts Advertisers  
Businesses Media Developers Resources © 2011 Twitter

## 12.3. Anexo III. Capturas de pantalla de aplicaciones utilizadas

### a) Tweetdoc

# #XWKREBIUN

## (II) X Workshop REBIUN Valencia 2010

Tweets de la primera jornada (jueves 7) del X Workshop REBIUN Valencia 2010

### Trending Words

de, #xwkrebiun, la, en, y, los, el, que, rt, las, se, para, por, con, del

### Event Participants

RT @NievesGlez: #XWKREBIUN Bibliotecas universitarias como Plataforma de publicación de contenidos científicos  
07-Oct-10 20:50 | equihua\_sm

RT @XWorkshopRebiun: Proceso de reorganización de la Bayerische Staatsbibliothek. Racionalización, estandarización, especialización, descentral... #XWKREBIUN  
07-Oct-10 20:49 | equihua\_sm

RT @pcastromartin: #xwkrebiun 'Teaching libraries' - formación desde biblioteca: una actividad en auge (rethinking library services)  
07-Oct-10 20:46 | equihua\_sm

RT @XWorkshopRebiun: La teaching library. La biblioteca como lugar de aprendizaje. #XWKREBIUN  
07-Oct-10 20:46 | equihua\_sm

Un día interesante en @XWorkshopRebiun #xwkrebiun , mañana más!  
07-Oct-10 18:54 | paulatraver

RT @XWorkshopRebiun: Linked data. Supone un cambio de rumbo a partir de la publicación normalizada de datos y su relación. #xwkrebiun  
07-Oct-10 17:09 | equihua\_sm

Comunicación: "Babel: un ejemplo de visión y estrategia compartida..." Mónica Arnau Fábrega; Ángeles Merino Cicres (UdeG) #xwkrebiun  
07-Oct-10 16:41 | grupobaratz

Europeana va a contener no solo contenido histórico sino también actual #xwkrebiun  
07-Oct-10 16:40 | XWorkshopRebiun

Se muestra el gráfico actual del Linking Open Data. Se resaltan las relaciones con Europeana #xwkrebiun  
07-Oct-10 16:37 | XWorkshopRebiun

Linked Open Data: datos contextualizados y enriquecidos semánticamente. #xwkrebiun  
07-Oct-10 16:35 | XWorkshopRebiun

RT @XWorkshopRebiun: Linked data. Supone un cambio de rumbo a partir de la publicación normalizada de datos y su relación. #xwkrebiun  
07-Oct-10 16:34 | grupobaratz



## b) Twapper Keeper


### X Workshop Rebiun

[ tags = ]


Created by @paulatraver on Thu Oct 7 18:58:23 GMT 2010. Contains a total of 848 tweets.  
(View limited to 10 tweets - if you want to see more - change the View Filter limit above!)

**Important note: Export and Download capability will be removed on March 20, 2011 - see here for more info**


[View archive stats \(powered by edusen Summariz\)](#) | [Tweet](#) | [Me gusta](#) | [export and download](#)

 **@JulianMarquina** Voy a contarle a @paulatraver la anécdota de @jserranom en el #xwkrebiun con @RecBib y #Recolecta... )  
Tue, 18 Jan 2011 15:16:05 +0000 - tweet id 27583475964538832 - #1  
[tweet details](#)


---

 **@dpchaigneau** Más fotos del X workshop de REBIUN sobre proyectos digitales Valencia 7-8/oct/10 <http://bit.ly/cF4uuo> #xwkrebiun  
Fri Oct 29 16:15:52 +0000 2010 - tweet id 2910224189 - #2  
[tweet details](#)


---

 **@jserranom** Disponible presentaciones del X Workshop REBIUN sobre proyectos digitales Valencia 7-8/oct/10 <http://bit.ly/aLkpNz> #XWKREBIUN  
Wed Oct 27 07:19:38 +0000 2010 - tweet id 28688122114 - #3  
[tweet details](#)

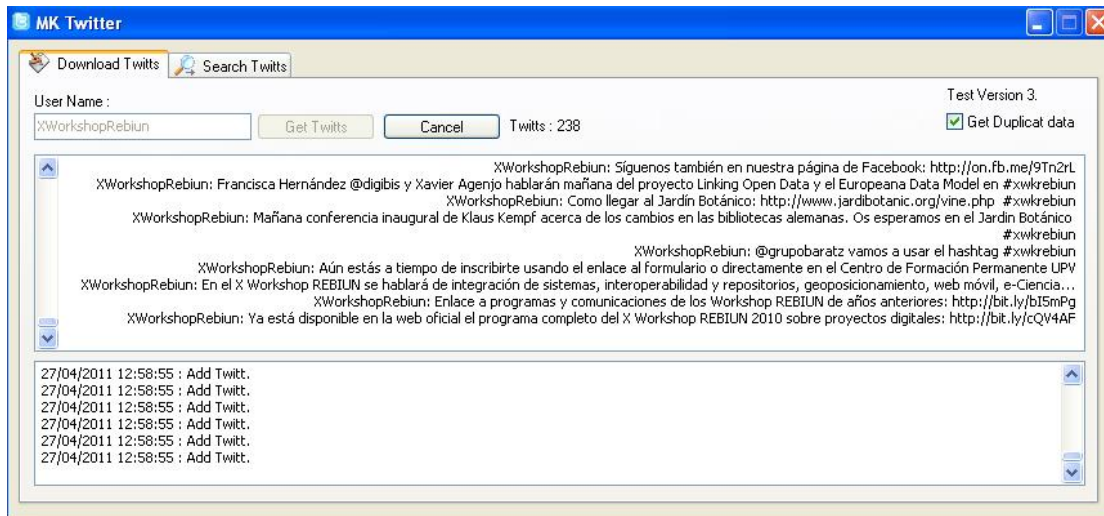
---

 **@JulianMarquina** En mi viaje a Valencia he perdido mi radio (también llamado arradio)... está visto que el #xwkrebiun no estaba predestinado para mí...S #fb  
Fri Oct 15 10:59:28 +0000 2010 - tweet id 27430030491 - #4  
[tweet details](#)

---

 **@JulianMarquina** @serranocobos @begoaguilera muuucho sacrificio... o el suelo

## c) MK Twitter



Download Twitts Search Twitts

User Name : XWorkshopRebiun Get Twitts Cancel Twitts : 238 Test Version 3.  Get Duplicat data

XWorkshopRebiun: Siguenos también en nuestra página de Facebook: <http://on.fb.me/9Tn2rL>  
XWorkshopRebiun: Francisca Hernández @digibis y Xavier Agenjo hablarán mañana del proyecto Linking Open Data y el Europea Data Model en #xwkrebiun  
XWorkshopRebiun: Como llegar al Jardín Botánico: <http://www.jardibotanic.org/vine.php> #xwkrebiun  
XWorkshopRebiun: Mañana conferencia inaugural de Klaus Kempf acerca de los cambios en las bibliotecas alemanas. Os esperamos en el Jardín Botánico #xwkrebiun  
XWorkshopRebiun: @grupobaratz vamos a usar el hashtag #xwkrebiun  
XWorkshopRebiun: Aún estás a tiempo de inscribirte usando el enlace al formulario o directamente en el Centro de Formación Permanente UPV  
XWorkshopRebiun: En el X Workshop REBIUN se hablará de integración de sistemas, interoperabilidad y repositorios, geoposicionamiento, web móvil, e-Ciencia...  
XWorkshopRebiun: Enlace a programas y comunicaciones de los Workshop REBIUN de años anteriores: <http://bit.ly/bI5mPg>  
XWorkshopRebiun: Ya está disponible en la web oficial el programa completo del X Workshop REBIUN 2010 sobre proyectos digitales: <http://bit.ly/cQV4AF>

27/04/2011 12:58:55 : Add Twitt.  
27/04/2011 12:58:55 : Add Twitt.  
27/04/2011 12:58:55 : Add Twitt.  
27/04/2011 12:58:55 : Add Twitt.  
27/04/2011 12:58:55 : Add Twitt.  
27/04/2011 12:58:55 : Add Twitt.

d) Summariz

## Summariz

### TwapperKeeper Archive – hashtag – xwkrebiun

X Workshop Rebiun

TwapperKeeper archive URL: <<http://twapperkeeper.com/hashtag/xwkrebiun>>

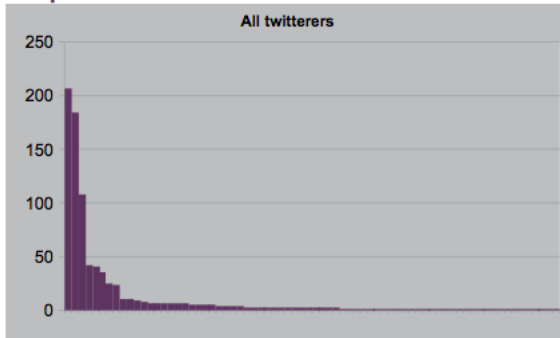
Total tweets: 847

Total twitterers: 72

Total hashtags tweeted: 28

Total URLs tweeted: 85

#### Top 10 twitterers



80% (677) of the tweets in this TwapperKeeper archive were made by 13% (10) of the twitterers.

The top 10 (13%) twitterers account for 81% (687) of the tweets.

44% (32) of the twitterers only tweeted once.



[XWorkshopRebiun](#) (207)



[grupobaratz](#) (184)



[jserranom](#) (108)



[NievesGlez](#) (42)



[JulianMarquina](#) (41)



[accesoabierto](#) (35)