
ICANN69 | Sesiones de preparación – Seminario web sobre las redes sociales de At-Large
Lunes, 5 de octubre de 2020 – 15:30 a 16:30 CEST

YEŞİM NAZLAR:

Esta reunión se está grabando. Hola y bienvenidos al seminario sobre redes sociales de At-Large. Soy Yeşim Nazlar. Para esta sesión habrá interpretación simultánea al francés y al español. La interpretación se hará utilizando las plataformas de Zoom y la plataforma de interpretación simultánea remota operada por Congress Rental Network. Los participantes pueden descargar la aplicación de Congress Rental Network siguiendo las instrucciones que aparecen en el chat de Zoom o también pueden bajarlo del documento que tiene información sobre la reunión que pueden bajar del sitio web de esta reunión. Si quieren tomar la palabra, por favor, levanten la mano en la sala de Zoom y una vez que el facilitador de la sesión diga su nombre, el equipo técnico activará su micrófono. Por favor, digan su nombre para los registros y el idioma en el que van a hablar, si hablan en un idioma que no es inglés.

Al hablar, asegúrense de silenciar todos los otros dispositivos, incluida la aplicación de Congress Rental Network. Por favor, también hablen en forma clara y a una velocidad razonable a fin de que la interpretación se pueda hacer con precisión. Quiero subrayar que los participantes remotos no pueden hacer clic en el botón del micrófono y activar el micrófono por sí mismos durante esta reunión. Solo nuestro equipo técnico puede hacer esto.

Nota: El contenido de este documento es producto resultante de la transcripción de un archivo de audio a un archivo de texto. Si bien la transcripción es fiel al audio en su mayor proporción, en algunos casos puede hallarse incompleta o inexacta por falta de fidelidad del audio, como también puede haber sido corregida gramaticalmente para mejorar la calidad y comprensión del texto. Esta transcripción es proporcionada como material adicional al archivo, pero no debe ser considerada como registro autoritativo.

Finalmente, esta sesión así como todas las demás actividades de la ICANN se rige por los estándares de conducta esperada de la ICANN. Por favor, busquen el link en el chat para consultarlo. En caso de que haya una alteración o perturbación durante esta sesión, el equipo técnico silenciará a todos los participantes. Dicho esto, le doy la palabra a Natalia Filina. Natalia, le doy la palabra.

NATALIA FILINA:

Muchas gracias, Yeşim. En nombre del grupo de trabajo de creación de capacidades de At-Large y de la comunidad de At-Large les doy la bienvenida a este seminario web. Espero que tengamos una sesión interesante y muy útil. La primera parte de este seminario web está a mi cargo. Les voy a compartir mi experiencia y voy a explicarles cómo creamos una campaña exitosa de redes sociales. Les voy a decir todo lo que quieran saber la reunión número 69 de la ICANN, la campaña que tiene At-Large en las redes sociales sobre esta reunión.

En la segunda parte de este seminario web va a ser una presentación excelente de mis colegas Glenn y Shreedeeep, que les van a decir cómo convertirse en una estrella de Twitter. Muy interesante. Empiezo ahora con mi presentación. Si me pueden poner la primera diapositiva, por favor. La próxima diapositiva, por favor.

¿Quién es la presentadora? Yo soy Natalia Filina. Vivo en Rusia, en Moscú. Soy miembro de la organización At-Large de la ICANN. Ocupo posiciones en diferentes partes de la comunidad de gobernanza de Internet. Sé que nuestro trabajo de difusión externa relacionamiento y

la efectividad de nuestro trabajo casi siempre está basada en nuestra capacidad de crear una comunicación efectiva dentro de nuestra organización y dentro de toda la comunidad. Si queremos estar en contacto con nuestros miembros y queremos tener seguidores interesados tenemos que utilizar todos los beneficios de las redes sociales porque son una herramienta económica simple, muy atractiva y que da mucha información. Son herramientas que utilizamos todo el tiempo en nuestras vidas digitales en la actualidad. La próxima diapositiva, por favor.

Espero que este seminario web y esta presentación les ayuden a mejorar nuestra presencia en las redes sociales para su vida personal, para sus actividades profesionales, pero esta presentación les permitirá apoyar las actividades en las redes sociales de At-Large y estamos trabajando en el año 2020 y vamos a apuntar a seguir manteniendo nuestra comunidad positiva. Queremos ver cómo nos podemos comunicar con nuestra audiencia, comunicar nuestros mensajes a fin de recibir feedback y comentarios y lograr reacciones en nuestros seguidores. Les voy a explicar cómo crear una campaña en las redes sociales, cuáles son los procesos para lograrlo, cuáles son las mejores prácticas que debemos adoptar para la campaña en redes sociales de At-Large para la reunión número 69 de la ICANN.

En principio quisiera presentar al equipo que trabaja en redes sociales. Son mis maravillosos colegas. Después les voy a decir qué hacen durante este seminario web. No tenemos una lista completa de los nombres aquí porque muchos miembros de At-Large están ayudando en este trabajo y nos están ayudando a mejorar. Quiero agradecerles a

todos por su trabajo, su compromiso. Espero que estén participando todos de este seminario web.

Bien. ¿Dónde empezamos? Por supuesto, para empezar muy bien necesitamos un plan y una estrategia. En marketing utilizamos una forma de trabajar que es la de las 5W. Aquí, en esta imagen, vemos algo sobre este tema. Si queremos lograr un resultado a través de nuestro trabajo en las redes sociales, no podemos trabajar de forma caótica. Debemos poder identificar nuestras prioridades, los mecanismos para coordinar, hacer un seguimiento y después para presentar el material promocional, fotos, vídeos, mensajes, infografías. Debemos identificar los recursos y el tiempo que tenemos para presentarlos.

Por favor, vean aquí la estrategia de redes sociales de At-Large para la reunión número 69 de la ICANN, la reunión virtual. Esto es un buen ejemplo, creo, para desarrollar nuestro trabajo de manera correcta. Pueden ver que nuestro objetivo ahora está allí escrito. Identificamos a nuestra audiencia, sabemos lo que queremos decirles, sabemos los plazos, identificamos nuestras tareas, sabemos qué plataformas de redes sociales vamos a utilizar, sabemos cuáles son los resultados que buscamos. Es muy importante tener las métricas. Después voy a hablar de las métricas. Puedo decirles que los gráficos deben ser simples y aquí tenemos un sistema que nos permite desarrollar un trabajo bien coordinado. Todos entendemos que las métricas son fundamentales para entender los resultados y la efectividad en nuestro trabajo. Es importante utilizar estas métricas para los informes que preparamos después de las campañas.

La segunda regla es que debemos trabajar con un equipo. Necesitamos un equipo. Como dijimos antes, debemos identificar los recursos. Puedo decirles que todos entendemos que las redes sociales trabajan de una manera determinada y no tienen que ver solo con el entretenimiento. Si no es entretenimiento, debemos dedicarle mucho tiempo y esfuerzo. Lo deben hacer personas comprometidas, bien educadas. El núcleo de nuestro equipo de redes sociales de At-Large tiene ciertas responsabilidades. Toda la comunidad de At-Large estoy segura de que la comunidad de la ICANN también está invitada a participar de nuestro trabajo para comunicar información, lograr atraer a más personas y también a todos ustedes porque ustedes son nuestro equipo. Vamos a ver cómo se hace esto dentro de At-Large ahora.

Invitamos a la comunidad a apoyar nuestro trabajo, nuestra estrategia. Nuestra estrategia de redes sociales es abierta. Es un documento que está abierto para todos los miembros de At-Large. Recibimos comentarios, sugerencias y nuevas ideas. Utilizamos las pautas y nuestros principios para desarrollar la estrategia correcta. Ya hablé sobre la estrategia de comunicación y la estrategia de participación, difusión y alcance. Después la idea es distribuir las responsabilidades, compartirlas.

La tercera regla es ser interesante y explicar de manera sencilla. No es un secreto que el trabajo de At-Large en la ICANN a veces no es fácil de explicar a las personas no experimentadas en la comunidad. Por lo tanto, estamos tratando de encontrar una manera simple de explicar los temas de nuestras sesiones, de nuestros seminarios web, de las

siglas que se utilizan en la ICANN, del proceso que las comunidades están desarrollando, de sus resultados. La idea es ser atractivos y simples. Es muy importante esto, especialmente para los nuevos participantes y para los que no tienen antecedentes técnicos, para los investigadores y para las actividades de participación, difusión y alcance. Quiero decir algo con respecto a las fotos y a las imágenes.

Yo recuerdo la regla que dice que la publicidad más atractiva o las fotos más atractivas deben incluir las fotos de perros, gatos y niños. Nosotros no seguimos esa regla. Nuestra idea es explicar con fotos el tema de nuestros mensajes y subrayar la naturaleza multisectorial de nuestra comunidad. Por supuesto, tratamos de seguir las guías como por ejemplo utilizar los colores adecuados, el estilo adecuado según las normas de la ICANN y utilizar una imagen correcta.

Estoy segura de que escucharon esto más de una vez. Se llama marca personal en las redes sociales, en la publicidad. En primer lugar, es una imagen reconocible de una persona que es experta en un campo determinado pero también hace referencia al respecto y también tiene que ver con las imágenes y los mensajes que sus seguidores esperan recibir de usted. En At-Large hablamos sobre nuestros líderes, que están en el centro de todos los procesos y de nuestro trabajo. Yo siempre digo que es un enorme placer ver a personas que reconozco, ver a nuestros líderes que reconocemos. Tratamos de incluir no solamente fotos sino también muchos vídeos si los tenemos. La próxima diapositiva, por favor.

La quinta regla es la siguiente. Compartan el trabajo interno de la organización. Las actividades de las redes sociales deben incluir información sobre nuestros procesos de trabajo. Por ejemplo, si estamos creando una empresa, hablaríamos de proceso de creación. Si estamos en una obra de construcción hablaríamos de los planos, de la aprobación, de los permisos, etc. En At-Large invitamos a todos a participar de los procesos de comentarios públicos de la ICANN y damos información actualizada para mostrar de dónde proviene la información, cuáles son las fuentes. También queremos que se presenten y que se conozcan a los nuevos miembros en nuestras sesiones. Creo que esto es interesante y nos permite crear confianza y demostrar nuestra transparencia. La próxima diapositiva, por favor.

La sexta regla es la siguiente. Presten atención a su audiencia. Nuestra comunidad es multinacional. Ahora, en este momento, hay personas de todo el mundo que están participando no solamente en At-Large o que van a estar aquí sino que van a tratar de encontrar el tiempo para participar en las sesiones de la reunión de la ICANN y en los seminarios web. Debemos recordarles las agendas, hablar de los horarios, de los husos horarios. Debemos informar a qué idiomas se van a traducir nuestras sesiones, nuestros seminarios.

La séptima regla es hacer presión para recibir feedback o comentarios. Si les pregunto por qué les gustan las redes sociales, creo que me podrían dar muchas respuestas interesantes y darme muchos motivos por los cuales les gustan las redes sociales. Cuando lanzamos nuestra campaña en redes sociales, el beneficio más importante que queremos obtener es estar en contacto con nuestro público objetivo, nuestra

audiencia objetivo y recibir su feedback. En nuestra campaña en redes sociales utilizamos el hashtag #askAtLarge y estamos listos y dispuestos a responder a todos los comentarios y preguntas. Quiero decirles que debemos recordar que los comentarios negativos no son un problema para nosotros porque los comentarios negativos o las preguntas nos permiten demostrar la naturaleza democrática de nuestra comunidad. Quizá nos permitan encontrar algo nuevo, interesante para nosotros e iniciar un diálogo con nuestros seguidores, nuestros miembros actuales o futuros. Debemos utilizar esto como oportunidad para presentar algunas cuestiones. Quizá a veces para tener temas para pensar y analizar.

Sé que a veces la popularidad aumenta después de pequeños o grandes escándalos en las redes sociales aunque no queremos que haya escándalos en nuestras redes sociales. Creo que todos ustedes ya conocen nuestra competición de Twitter en At-Large. Nosotros la organizamos para cada reunión de la ICANN. Quisiera invitarlos a seguirnos en nuestras redes sociales para encontrar información sobre esta competencia a fin de que puedan participar creando tuits interesantes y ver cuántos retuits y comentarios reciben, para después recibir un premio.

La novena regla es crear campañas conjuntas. Crear campañas conjuntas nos permite aumentar su potencia, aumentar nuestra audiencia y podemos comunicar más información sobre nuestra estructura, nuestros socios, nuestros aliados. Hacemos trabajo conjunto con nuestros socios, especialmente dentro de la herramienta y dentro del mundo de la ICANN.

La última regla, la regla número 10 es: “Nunca dejen de trabajar en las redes sociales”. Creo que podemos decir que no es correcto interrumpir el diálogo de las redes sociales en sus canales con su audiencia cuando el evento en el que están trabajando a través de esta campaña de redes sociales terminó porque cuando uno desaparece del entorno público, desaparece de la mente de sus seguidores. En At-Large estamos trabajando antes, durante y después de las reuniones de la ICANN porque tenemos mucha información para compartir. Por ejemplo, después de las reuniones de la ICANN compartimos un breve resumen de las sesiones de At-Large y de lo que se trató en la comunidad de la ICANN y siempre anunciamos las fechas de las sesiones que se darán en diferentes idiomas. Siempre damos información sobre los próximos eventos que son muy importantes para nuestra comunidad. La próxima diapositiva, por favor. Con esto termino mi breve presentación. Espero que haya sido útil. Muchas gracias por su atención. Con mucho gusto responderé las preguntas que puedan tener, que puedan poner en nuestro chat o en nuestras redes sociales. Cuidense. Mantengan la distancia social, utilicen las máscaras y muchas gracias por su atención.

SHREEDEEP RAYAMAJHI:

El objetivo de este webinar es ayudar a los miembros de nuestra comunidad a tener una idea básica de cómo pueden ser más visibles, cómo pueden participar, cómo pueden utilizar trucos y consejos básicos para lograr más participación y cómo tener más visibilidad. Tenemos una serie de reglas. Hemos desarrollado una serie de normas para lograr tuits efectivos. La próxima diapositiva, por favor.

Todo el concepto de este seminario web era lograr que Glenn participara. Todos conocen a Glenn en ICANN. Es una persona muy interesante. Es un factor de motivación para todos nosotros. Yo, soy Shreedeeep, un blogger especialista en comunicación. Quiero ayudar a nuestros miembros a trabajar con las redes sociales que están creciendo. Hay muchas cosas que se están haciendo. La idea es ayudar a nuestros amigos a ser efectivos en las redes sociales.

En primer lugar tenemos que considerar la presencia en línea. Cuando uno está tuiteando básicamente hay una regla y es que hay que tener la imagen, la información en el perfil. ¿Por qué lo hacemos? Porque muchas veces van a revisar esa información y cuando la imagen no es la correcta, cuando la información que están transmitiendo no es la correcta, entonces allí se ven desalentados a seguir la comunicación. Tiene que ver con el proceso de comunicación. Cómo podemos establecer ese factor de comunicación. Ustedes tienen que poder lograr esa interacción y también lograr una mayor tasa de conversión para que la gente haga lo que ustedes están esperando que haga. Para eso hay que seguir emitiendo distintos tuits. Pasemos a la siguiente diapositiva, por favor.

La segunda regla es la de conectarse con otros. En términos generales, cuando ustedes están utilizando tuit, muchas veces tiene más que ver con la conexión y con el establecimiento de redes, el relacionamiento. Hay personas a las que les gusta su tuit y reaccionan. Muchas veces tienen que conectarse con esas personas para que estas personas se vuelvan a comunicar con ustedes. Si ustedes están enviando la comunicación de la manera correcta, de manera muy

positiva, la gente se va a conectar con ustedes y allí se desarrolla el proceso de comunicación. Es importante lograr ese entendimiento y que las personas se conecten a ustedes nuevamente.

YEŞİM NAZLAR:

Shreedeeep, antes de pasar a la siguiente diapositiva, les quiero recordar por favor que no hablen tan rápido porque tenemos interpretación, para que los intérpretes puedan seguirlos.

SHREEDEEP RAYAMAJHI:

Muy bien. Cómo no. Me entusiasmo al presentar. Muy bien. Pasemos a la tercera regla entonces. Seamos generosos para promover la acción de otros. Cuando empezamos a enviar un tuit hay que ser uniforme y constante. Hay que poner más información. Tenemos que poner información que sea válida y también tenemos que encontrar aquellas personas que están también tuiteando. Allí tenemos que tener uniformidad y constancia para poder establecer ese proceso de comunicación. Esto genera toda esa interacción. Tiene que ver con cómo uno tuitea los mensajes que uno transmite y el apoyo que uno le da a los otros y los otros nos dan a nosotros. Es importante tener información válida, tener buenos enlaces y tener ese tipo de interacción.

Pasemos a la siguiente regla, la cuarta. Hay que hacer una pregunta, responder la pregunta y actuar. Muchas veces cuando uno está tratando de establecer esta interacción y compartiendo información ocurre que ese proceso se da porque las personas quieren ver, quieren

comunicarse. Es necesario relacionarse entendiendo lo que el otro está preguntando y también haciendo preguntas, publicando la información que están buscando. De esta manera genera ese hilo de conversación y es una conversación real. Si ustedes no están interactuando, si no están compartiendo, entonces no hay una alineación. Es importante que la visibilidad aquí esté presente. Importa la visibilidad. Todo tiene que ver con la estrategia que ustedes elaboran. Tiene que ver con ser claro, con los mensajes que uno transmite, la información que uno proporciona. Por lo tanto, hay que ser muy claro con las ideas que uno publica. Pasemos a la siguiente diapositiva, por favor.

Pasemos a la quinta regla, que es la de reconocer la fuente. Es decir, hay que ser amables, reconocer los aportes de otras personas que compartieron información, acreditar esa fuente porque la credibilidad es muy importante. Ustedes saben que en la Internet todo es visible. Si ustedes están copiando información que transmitió o publicó otra persona tienen que hacer referencia a la fuente de esa información para que ustedes puedan tener visibilidad y esas otras personas también puedan tener visibilidad y así facilitar el proceso de comunicación. Esto tiene que ver con tener claridad al poner las palabras, palabras clave y de a poco ir creando esa historia. Muy bien. Pasemos a la siguiente diapositiva, por favor.

Aquí vemos la regla seis. El uso de fotos y de gráficos. La calidad de las imágenes y de los gráficos realmente importa. ¿Por qué? Lo vemos todos los días. Utilizamos las imágenes todos los días. Cuando son de buena calidad normalmente las compartimos con otras personas,

normalmente las comentamos o las retuiteamos. Es algo común. Básicamente, el proceso de comunicación funciona cuando hay colores bien brillantes. Hay que ser positivos cuando uno publica porque estas cosas funcionan muy bien. Son estrategias comunes de la comunicación. Cómo llegamos a dar esa claridad con los colores que usamos con una buena calidad de imagen y de gráfico. De esa manera, automáticamente podemos reflejar esa credibilidad que nosotros incorporamos a nuestra publicación. Siguiendo, por favor.

Aquí vemos la regla siete. Las menciones y el etiquetado. Hablamos de los gráficos, de las imágenes. Se pueden etiquetar hasta 10 personas con un límite de 280 características. Antes eran 142. Se ha ampliado este límite. Esto nos ayuda a nuestra comunicación. ¿Por qué etiquetar a otras personas? Lo más importante cuando etiquetamos a otras personas es que cuando lo hacemos dentro del círculo propio, también llamamos su atención a ese tema. Si a ellos les gusta, lo van a compartir. Se va a ir esparciendo, propagando ese mensaje a partir de allí y se va ampliando la conversación. Por lo tanto, es sumamente importante que etiqueten a las personas correctas, no que etiqueten a todos los que ustedes conocen. Es importante que ustedes entiendan a quién etiquetar porque cuando etiquetan bien van a tener buenos resultados. Si ustedes están en Twitter han visto el hashtag de la ICANN69 y algunas personas no están allí con la etiqueta. Tiene que tener un sentido a quién etiquetamos. Hagan esas sugerencias. La gente por naturaleza hace recomendaciones. Eso es parte de la naturaleza humana. Háganlo. Pasemos a la siguiente diapositiva, por favor.

Aquí, sí. Tenemos los hashtags. Todo tiene que ver con los hashtags. Es sumamente importante saber cómo utilizar los hashtags. Aquí tenemos algunos ejemplos de los hashtags que se utilizan en ICANN69, ICANN At-Large, At-Large, At-Large webinars, AFRALO, NARALO, EURALO, LACRALO, APRALO, colaboración. Puede haber otros hashtags que se creen, otras actividades que tal vez corresponda que tengan su propio hashtag dentro de su propio círculo. Si tiene sentido, ustedes armen este hashtag. Esa es la recomendación que yo les hago porque si quieren llegar, tienen que hacerlo. No tiene sentido poner algo que no sea lógico pero si están tomando un café a la mañana, si eso tiene sentido para la conversación, háganlo, pero si no, no. Sean ustedes mismos pero utilicen estos hashtags. Siguiendo diapositiva, por favor.

Vamos a pasar ahora a la regla nueve. No sean abusivos. Siempre hay que ser cordiales, todo el tiempo amables. No mostrarse abusivos porque realmente aquí los modales, la etiqueta realmente importa. Los protocolos. A veces sí hay que ser directos pero no seamos abusivos de ninguna manera. Si estamos en una situación crítica con las redes sociales, no ofendamos a otros. Tratemos de aportar nuestros argumentos, dar evidencia en lugar de generar una discusión. Esa es mi estrategia. Si ustedes están en esa situación, cada tanto se presenta ese tipo de situaciones. Traten de evitar los problemas pero si hay algún inconveniente para defenderse, utilicen la información, la evidencia porque cuanto más aporten allí, más se va a expandir. Tiene que poner fin a ese desacuerdo, ese problema, de una manera amable y siempre sean positivos porque a la gente le gusta la positividad y si

ustedes hablan en esos términos positivos, lo van a compartir. Siguiendo la siguiente diapositiva, por favor.

Ahora llegamos a la regla 10, los cinco niveles de participación en las redes sociales. Esto es muy importante. Cuando nosotros hablamos de la participación en redes sociales, tenemos que pensar en el proceso de comunicación. La última vez que hicimos nuestra campaña de redes sociales empezamos a aprender que estos procesos nos ayudan a ir armando la comunidad. La comunicación es muy importante. La comunicación tiene que ver con observar, seguir, participar, avalar y contribuir. Si no contribuimos, no vamos a avanzar. Si no avalamos de la manera correcta, lo que otros dicen, tampoco llegamos a mucho. Sin participar activamente tampoco. Seguir, bueno, nos permite ir creando el círculo y observar de muchas maneras podemos observar en Twitter. Podemos ver cómo otros lo están usando, podemos ver cómo hacer llegar nuestra perspectiva, nuestra opinión. En general esto es muy importante. Tienen que ver esa opinión diferente para que otros puedan acercarse a ustedes y hablarles sobre sus perspectivas. Pasemos a la siguiente, por favor.

Muy bien. Ahora tenemos aquí una pregunta. A ver si la pueden ver aquí, en la pantalla. ¿Twitter solía estar limitado a cuántos caracteres? Ahora empezamos con el cronograma para que elijan la opción correcta. La 1 es 352, la 2 es 121, la 3 es 142 y la 4 es 280 caracteres. A ver, espero que lleguemos al 100% de respuestas correctas.

YEŞİM NAZLAR: Soy Yeşim, del personal de At-Large. Ya hemos recibido los resultados. El 36% de nuestros participantes ya han votado. Estamos esperando algunos resultados adicionales y vamos a compartir con usted el resultado final.

SHREEDEEP RAYAMAJHI: Muy bien. Muchas gracias.

YEŞİM NAZLAR: Bueno, creo que tenemos suficiente tiempo ya para esta respuesta. Vamos a compartir los resultados aquí con usted.

SHREEDEEP RAYAMAJHI: Muy bien. 60%. Es la opción 3, la de 142 caracteres. Creo que algunos se confundieron. Me imagino. Ahora pasemos a la siguiente parte. No sé si podemos sacar los resultados, Yeşim. Muy bien. Parte dos. Cómo elaboramos los mensajes, los tuits. Esto tiene más que ver con el cómo, cómo podemos elaborar y armar un buen mensaje de Twitter. Twitter requiere un conjunto especial de habilidades de escritura. Ahora tenemos más caracteres disponibles pero tenemos que ser muy audaces, inteligentes y utilizar palabras clave en nuestros mensajes. Esto es muy importante cuando estamos emitiendo las publicaciones por tuit porque hay que generar esa participación de manera más proactiva porque muchas veces lo que ocurre en las sesiones, muchas personas hablan y a veces se vuelve muy específico. Alguien de AFRALO, de África, habla y pone cosas realmente muy interesantes

pero es importante cómo las transmiten para que uno las pueda captar, armar un hashtag y ver la diferencia. Si hay una imagen, pueden hacer una captura de pantalla. Realmente hay que ser muy activos y depende de cómo uno se vincula con ese tema. Cuando uno está retuiteando no es solamente una cuestión de retuitear. También hay que agregar la perspectiva propia, las ideas para que se pueda fusionar y se pueda generar oportunidad para el proceso. ¿Podemos pasar a la siguiente, por favor? ¿La siguiente diapositiva, por favor?

Un buen estilo para dar la información. Hay que ser eficiente, efectivo y bueno pero para eso tenemos que ser concisos, breves. Tenemos que tener palabras clave. Tenemos que encapsular las ideas clave de la sesión e incorporar los hashtags que sean pertinentes. Enlaces a los documentos que sean importantes porque esto los ayuda a generar la credibilidad. Eso es muy importante.

Yo quiero compartir una experiencia con ustedes. Sigo recordando que cuando estaba en la ICANN, no recuerdo la reunión exacta pero estaba Jonathan Zuck y él estaba hablando de política y mencionó algo. En política ahora necesitamos personas. Cada historia individual en la vida de las personas importa. Esa fue una oración que para mí tuvo mucho sentido. Alguien que viene de otra parte. El contenido es la clave. La clave aquí es la estrategia, cómo van a usar la actitud, la personalidad. Cómo van a presentar esa idea. Nunca saben. Puede tal vez transformarse en una nueva estrella del Twitter, como pasa en BBC o en algún otro lado. Hay que ser muy positivos, muy inteligentes, muy habilidosos. Estas son algunas de las guías que pueden utilizar.

Pasemos a la siguiente diapositiva, por favor. Pasemos un poquito más abajo, por favor.

A través de los tuits de Samantha uno puede saber lo que está pasando. Podemos ir y hacer comentarios, comentar, compartirlo, usar diferentes habilidades. Tiene que ver con ustedes, su actitud, su personalidad, sus habilidades, su proceso de comunicación. No tiene que ver con la ICANN. Tiene que ver con ustedes. Cómo ustedes utilizan estas oportunidades para venderse a sí mismos y no solamente a la ICANN porque ustedes son los que están participando de la red. Ustedes están trabajando en su comunicación. Ustedes son los que están recibiendo los likes, los me gusta. Hay que ser muy inteligentes aquí. La próxima diapositiva, por favor.

Un mal estilo de mandar tuits. Estas son las cosas que hay que tener en cuenta cuando están haciendo tuits. Tuits largos, no. Tuits largos y aburridos, no. Que sean breves. Si hace falta, acorten las oraciones, utilicen párrafos breves. Eso a veces sirve. No hay que hacer publicidad ni mandar tuits promocionales. Repetir los tuits. Eso es algo que no hay que hacer en absoluto. Utilizar hashtags no buscados y no pertinentes. Utilizar los enlaces equivocados, contenido muy pobre o negativo. Hay que ser muy inteligentes. Hay que saber cómo va avanzando el contenido. Un pequeño renglón, un pequeño comentario puede servir para que el tuit vaya en una dirección o en otra.

En una comunidad como la ICANN, lo importante es el proceso de consenso. Lo que hay que entender es que todo tiene que ver con las personas y hay muchas voces. Eso es lo que yo aprendí en la ICANN,

que nadie está equivocado. Son las voces de las personas y la forma de desarrollar el consenso es importante, la forma de trabajar, de compartir, de crear las comunicaciones. Eso es importante. Por lo tanto, hay que ser muy positivos y evitar tener una actitud negativa. Hay que tener pasión y ser claros al preparar los tuits. No hay que retuitear sin lógica. Es como yo dije antes, no se considera correcto retuitear porque sí. Si tienen algo que quieran retuitear, está bien pero sería bueno que agreguen algo a lo que están tuiteando que tenga que ver con su contexto, con su país, con lo que les pasó. Agreguen, relacionen el tuit que están retuiteando con algo que tiene sentido y va a tener un mayor impacto, más sentido. La próxima diapositiva, por favor.

Ahora tenemos nuestra segunda pregunta. Yeşim, ¿está listo el formulario? Voy a leer la pregunta. ¿Cuál de las siguientes no es una mejor práctica recomendada para crear tuits? 1. Que sean breves, con pocos hashtags. 2. Comunicar un enlace a un documento técnico, una nota de información o una agenda. 3. Incluir una fotografía de calidad del presentador. 4. Enviar enlaces URL sin verificar. 5. Incluir los nombres de los presentadores. ¿Está funcionando? ¿Es la opción C? ¿Están pensando en la opción D o es la E? Piensen, piensen.

YEŞİM NAZLAR:

Hola. Por el momento, el 41% de nuestros participantes han votado. Voy a terminar ahora la encuesta y voy a compartir los resultados con usted.

SHREEDEEP RAYAMAJHI: Muy bien. 95%. Muy bien. Pasamos a la próxima diapositiva, por favor. Actividades y obligaciones. Como dijo Natalia, en nuestra sesión o en su presentación anterior deben poder practicar el envío de tuits. Utilicen las imágenes aprobadas por la ICANN. Ya tenemos marcos para Facebook. Traten de participar. Yo participé de un número bastante interesante de reuniones de la ICANN y sigo siendo nuevo. Siempre sigo aprendiendo y si tienen algún problema, alguna cuestión, pregunten. Lo mejor que pueden hacer es preguntar a las diferentes personas a través de Twitter, en forma personal, a través de su correo electrónico. Todo el mundo en la ICANN está dispuesto a ayudar. Sean ustedes mismos. Pregunten. Lo más importante en la ICANN con respecto a las redes sociales y los procesos de comunicación es la participación. Si vienen de una comunidad o de un país o si están representando a su país, eso es importante. Por eso esta comunidad es tan diversa y hay tanto para aprender, tanto para absorber. Debemos devolver todo lo que recibimos porque es la única manera en la cual nuestra comunidad puede crecer y ser sostenible en el tiempo. Si solo absorbemos y no devolvemos, muchas cosas ya las recibimos. Vengan preparados para las sesiones. Participen, analicen algunos estudios de casos, hablen con diferentes personas. Esto realmente ayuda. La próxima diapositiva, por favor. ¿Hay próxima diapositiva? Creo que esta fue mi última diapositiva. Si tienen alguna pregunta, con mucho gusto la voy a responder. Glenn no pudo estar aquí. Se disculpa porque tenía una cita con el médico. Realmente quería estar aquí pero no pudo hacerlo así que yo tuve que facilitar este seminario web.

NATALIA FILINA: Quisiera tomar la palabra. Quiero agradecerles a todos por participar de este seminario web y deseo que tengan una reunión número 69 de la ICANN muy fructífera. Los invito a las sesiones de At-Large, a los seminarios. Quisiera decir que siempre estamos esperando su apoyo y recuerden que somos una comunidad muy grande y todo lo que hacemos lo hacemos juntos y lo que hacemos juntos es exitoso. Muchas gracias a todos. Que tengan un buen día, una buena tarde, una buena noche.

YEŞİM NAZLAR: Natalia, perdón por interrumpirte. Antes de terminar la sesión hay una persona que levantó la mano. Tiene una pregunta. Jonathan. Jonathan Zuck.

JONATHAN ZUCK: Hola. Muchas gracias por la información. Es muy útil. Tengo entendido que ustedes crearon algunos recursos para que podamos utilizar en la preparación de nuestros mensajes de Twitter que tiene algunos gráficos. No sé si los quieren mencionar o compartirlos en el chat.

NATALIA FILINA: Muchas gracias, Jonathan, por su pregunta. Sí, estamos preparando cierto material y vamos a compartir este material a través de nuestro Twitter y nuestra página de Facebook. No todas las RALO tienen una página en Facebook pero siempre tenemos la oportunidad de

compartir nuestro material nuestra información. La idea es compartir nuestros enlaces a través de todos los canales de las redes sociales para contribuir a este trabajo. Antes de cada semana de las reuniones de la ICANN estamos preparando un conjunto de herramientas, una serie de tarjetas útiles. Los invitamos a utilizar este material y a buscarlo en nuestros canales y a compartirlo por supuesto. Cheryl, veo su pregunta en nuestro chat. Quisiera invitarla a que comparta nuestra presentación que incluye todos los enlaces. Le pido que por favor la comparta.

SHREEDEEP RAYAMAJHI:

Así como hicimos en años anteriores vamos a compartir nuestra dirección de correo electrónico. La última vez compartimos los correos electrónicos de la competición, de todos los embajadores, de todos los que hicieron presentaciones. Vamos a hacer lo mismo este año. Además de eso, gran parte del proceso de comunicación que tenemos, estamos trabajando con el personal de la ICANN que nos está ayudando en esto. Queremos que los líderes también nos ayuden a difundir los enlaces y los mensajes. Muchísimas gracias.

YEŞİM NAZLAR:

Natalia, quisiera informarle de que no veo que haya más preguntas por el momento.

NATALIA FILINA:

No veo ninguna mano levantada ni ninguna pregunta. Una vez más quiero agradecerles a todos por participar de este seminario web y en lo posible quiero despedirme por el momento y nos vemos en los próximos seminarios web y en las reuniones de At-Large o en las sesiones de la ICANN. Muchísimas gracias a todos.

[FIN DE LA TRANSCRIPCIÓN]