

¿Qué son y para qué sirven las redes sociales?

ABRIL 14, 2010

Un par de definiciones

Hablando de ciencias sociales, una red social es una estructura social, un grupo de personas relacionadas entre sí, y puede representarse analíticamente en forma de uno o varios grafos, en los cuales los nodos representan individuos (a veces denominados actores) y las aristas representan las relaciones entre ellos.

Pero si hablamos de Internet, como es nuestro caso, las redes sociales son páginas que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, a fin de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, etc.

Ventajas de las redes sociales

- * Favorecen la participación y el trabajo colaborativo entre las personas, es decir, permiten a los usuarios participar en un proyecto en línea desde cualquier lugar.
- * Permiten construir una identidad personal y/o virtual, debido a que permiten a los usuarios compartir todo tipo de información (aficiones, creencias, ideologías, etc.) con el resto de los cibernautas.
- * Facilitan las relaciones entre las personas, evitando todo tipo de barreras tanto culturales como físicas.
- * Facilitan la obtención de la información requerida en cada momento, debido a la actualización instantánea.
- * Facilitan el aprendizaje integral fuera del aula escolar, y permiten poner en práctica los conceptos adquiridos.

Y para qué sirven

Sin embargo, no todas las redes sociales son iguales. Ni sirven para lo mismo. Cada red tiene un objetivo específico. Usar la red correcta para la tarea correcta, y además hacerlo correctamente, es todo un arte: una nueva clase de especialidad. A continuación describiré para qué sirven algunas de las redes sociales más populares en nuestro medio: Twitter, Facebook, Flickr, LinkedIn, y YouTube.

Twitter

Es un sistema web gratuito que permite a los usuarios enviar mensajes de texto (también llamados tweets) de hasta 140 caracteres que se actualizan en tiempo real.

Básicamente sirve para enviar y recibir mensajes de texto en tiempo real a través de las redes sociales de Internet; es decir, Twitter ofrece al usuario la posibilidad de explicar brevemente lo que está haciendo o lo que está pensando justo en el momento en que ocurre, lo cual tiene varias aplicaciones prácticas:

- * Las empresas pueden informar sobre lanzamientos de nuevos productos o servicios.
- * Las personas pueden dar a conocer eventos de actualidad, y a su vez los receptores de las noticias pueden darlas a conocer también (retweet), lo que resulta en la propagación de una noticia a veces más rápida y efectiva que por medios tradicionales (prensa, radio, TV, etc.).

Sus puntos fuertes son:

- * La comunicación con los clientes: es posible monitorear palabras claves para saber qué se dice sobre ti y tu competencia.
- * La exposición de marcas: ofrece oportunidades únicas para la integración en sitios web y para atraer clientes de manera viral, ayudando a tu compañía a sobresalir sobre las demás.

Facebook

Es una red social donde los usuarios pueden agregar amigos, enviar mensajes, jugar juegos, formar grupos y construir un perfil propio.

Facebook es operado por, y propiedad privada de, Facebook, Inc. Desde septiembre de 2006, cualquier persona mayor de 13 años con una dirección válida de correo electrónico puede convertirse en un usuario de Facebook. La audiencia de Facebook objetivo es más para un adulto que para una franja demográfica de población joven. Los usuarios pueden añadir amigos y enviarles mensajes, y actualizar sus perfiles personales para notificar a los amigos acerca de sí mismos. Además, los usuarios pueden unirse a las redes organizadas por el lugar de trabajo, la escuela o la universidad. El nombre del sitio proviene el nombre coloquial de los libros dados a los estudiantes al inicio del año académico por las administraciones universitarias en los EE.UU. con la intención de ayudar a los estudiantes para llegar a conocerse mejor.

Sus puntos fuertes son:

- * La comunicación con los clientes: es excelente para atraer a la gente a la que le gusta tu marca, que le gusta compartir opiniones, y que participe en promociones y encuestas.
- * La exposición de marcas: Facebook ofrece muchas opciones para dar a conocer una marca a través de opciones gratuitas o anuncios pagados.

Flickr

Es un sitio web donde los miembros de la comunidad pueden almacenar, compartir y opinar sobre fotos y videos. El servicio es ampliamente utilizado por los bloggers para alojar las imágenes que integran en blogs y medios de comunicación social. Para octubre de 2009 habían alojadas más de 4 mil millones de imágenes.

Su punto fuerte es:

- * Posicionamiento en buscadores (SEO): Flickr está ampliamente indexado por los buscadores, lo que ayuda a posicionar mejor las fotos y los enlaces entrantes de las mismas.

Linkedin

Una red social orientada a profesionistas y negocios. Es un gran recurso para generar más tráfico hacia tu website y ganar más visibilidad para tu persona y tu negocio, ganando así autoridad en tu sector.

El propósito del sitio es permitir a los usuarios registrados mantener una lista de información de contacto de las personas que conocen y de confianza para los negocios. La gente en la lista se denominan conexiones. Los usuarios pueden invitar a cualquier persona (ya sea un usuario del sitio o no) para convertirse en una conexión.

Esta lista de conexiones se puede utilizar en varias maneras:

- * Una red de contactos se construye de conexiones directas, las conexiones de cada una de sus conexiones (denominado conexiones de segundo grado) y también las conexiones de las conexiones de segundo grado (la llamada conexiones de tercer grado). Esto se puede utilizar para contactar a alguien a través de un contacto mutuo y de confianza.
- * Se puede utilizar para encontrar trabajo, personas y oportunidades de negocio a través de las recomendaciones de alguien en una red de contactos.
- * Los empleadores pueden enumerar puestos de trabajo y buscar candidatos potenciales.
- * Los buscadores de trabajo puede revisar el perfil de los directores de recursos humanos y descubrir por medio de cuáles de sus contactos existentes pueden contactarlos.
- * Los usuarios pueden publicar sus propias fotos y ver fotos de otras personas para ayudarse en la identificación.

Su punto fuerte es:

Exposición de marca: efectivo para exposición personal de marca y para exponer tu perfil profesional y experiencia. Aquí la buena reputación es muy importante.

YouTube

Un sitio para compartir videos en donde los usuarios pueden compartir y subir nuevos videos.

Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar vídeos personales de manera sencilla. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión, vídeos musicales, así como contenidos amateur como videoblogs (a pesar de las reglas de YouTube contra subir vídeos con copyright, este material existe en abundancia). Los enlaces a vídeos de YouTube pueden ser también puestos en blogs y sitios web personales usando API o incrustando cierto código HTML.

Sus puntos fuertes son:

- * La comunicación con los clientes: el video es una herramienta que rápidamente captura el interés de los usuarios que buscan entretenimiento, información, o ambos.
- * La exposición de marcas: una de las más poderosas herramientas en la web para construir un canal de comunicación para tu marca. Es un medio seguro para la exposición de tu marca.
- * Posicionamiento en buscadores: muy eficaz para construir enlaces hacia nuestro sitio pues los videos tienen altas calificaciones en los buscadores.

Fuente: Castro, M.J. (2010). *¿Qué son y para qué sirven las redes sociales?* Disponible en <https://goo.gl/BFtpTg>