

Capítulo 1

El entorno del Social Media

Contenido

1. Introducción
2. Origen
3. Clasificación
4. Movilidad
5. Nuevas profesiones
6. Resumen

1. Introducción

A menudo se oye hablar de Social Media, pero... ¿sabe realmente a qué hace referencia dicha expresión?

Según la experta española Dolores Vela (2011), Social Media es un concepto que nace del desarrollo de la tecnología Web 2.0 e Internet, y que se define como la capacidad y habilidad para compartir, crear, generar, opinar, interactuar, colaborar, comunicar, aprender, descubrir, enseñar, mostrar, intercambiar, participar, en definitiva: escuchar y tener voz.

Aunque esta definición pueda resultar al mismo tiempo generalista y detallada, solo hay que recordar las acciones que la mayoría de personas realizan a diario y tienen conexión con Internet, por ejemplo: consultar el saldo bancario, comentar una noticia en un periódico digital o pedir presupuesto para las próximas vacaciones.

Si se piensa un poco, pueden resultar demasiadas, ¿no es cierto? Pues bien, el objetivo de este material es precisamente facilitar dicha tarea, así que para ello nada mejor que comenzar por el principio.

2. Origen

Se puede decir que el término Social Media nace con la Web 2.0 y se caracteriza principalmente porque el usuario, hasta entonces una figura pasiva, pasa a ser un ente activo que participa de múltiples formas.



Sabía que...

Aunque la Web se creó en el CERN (Suiza) en 1990, el término Web 2.0 es acuñado por Tim O'Really a partir de 2004, cuando el modelo evoluciona para convertirse en una plataforma de colaboración a distintos niveles.

Antes de la llegada de este modelo, había que ser un especialista y contar con conocimientos técnicos avanzados para crear páginas web; en la actualidad, las personas que navegan por la Red no se limitan a leer/consumir información, sino que interactúan directamente, ya sea creando contenido a través de un CMS, respondiendo a un tweet, dando un Like a una foto...



Definición

CMS o Content Management System

Sistemas de Gestión de Contenidos como por ejemplo Blogger o WordPress, que facilitan la creación y publicación de contenido en la Web, sin contar con grandes conocimientos técnicos.



Actividades

1. En este apartado se han comentado algunas formas de interactuar, pero existen muchas más. ¿Qué otros ejemplos podría exponer?
-

3. Clasificación

El uso de los Social Media implica interactuar en plataformas, páginas webs, y también distintas aplicaciones que posibilitan que el usuario pueda crear, compartir, opinar, almacenar...

Con tal variedad de soportes y acciones, se hace necesario establecer grupos de medios sociales, para tener claro sus posibles usos y utilidades, y con ese objetivo se ha establecido la siguiente clasificación, incluyendo algunos ejemplos representativos:

- Espacios para publicar/difundir:
 - Blogs: *Blogger, WordPress.*
 - Eventos: *Quedamus, Meetup, Storify.*
 - Opiniones: *Foursquare, Yelp.*

- Espacios para colaborar/compartir:
 - Wikis: *Wikipedia, Wikiloc.*
 - Aplicaciones: *Podio, Dropbox, Google Docs.*
 - Documentos: *Slideshare, Isuu, Scribd.*
 - Marcadores sociales: *Delicious, Diigo.*

- Espacios con carácter multimedia:
 - Imágenes: *Flickr, Pinterest, Instagram.*
 - Audio: *Ivoox, iTunes.*
 - Video: *Youtube, Viadeo.*

- Espacios para el entretenimiento:
 - Juegos en línea: *Dark Orbit, War of dragons.*
 - Chats: *IRC Hispano, Chat Chatear.*
 - Mundos virtuales: *Second Life, Habbo.*

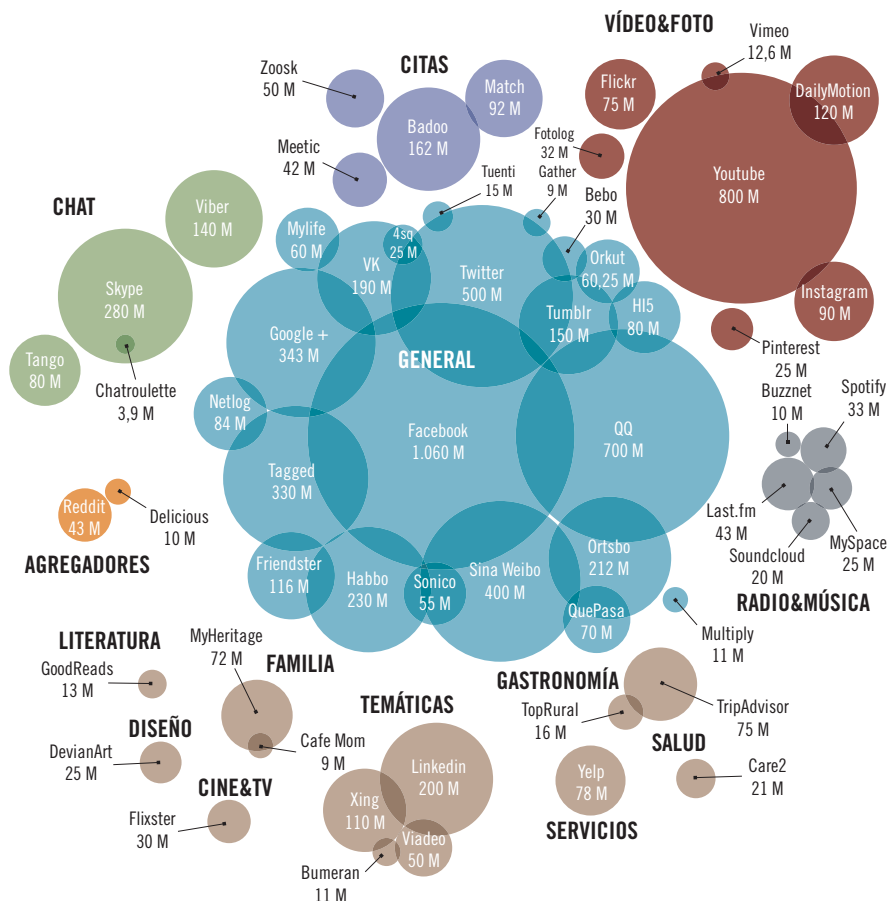
- Redes Sociales:
 - Horizontales (para todo tipo de público): *Facebook, Twitter.*
 - Verticales (construidas alrededor de un eje temático): *LinkedIn, Xing.*



Nota

Las grandes Redes Sociales se han situado como un grupo aparte e independiente, ya que permiten agrupar diferentes funciones de las categorías anteriores.

Mapa de las Redes Sociales 2014



4. Movilidad

Dependiendo de la generación a la que se pertenezca, es posible no darse cuenta, pero está claro que la tecnología avanza a pasos agigantados.

Hace unos 25 años, para conectarse a Internet, había que esperar a que el módem se conectara con el servidor y la página web se cargara, y eso parecía algo maravilloso, casi mágico.

Después llegaron las conexiones vía ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line – Línea de Abonado Digital Asimétrica) o fibra óptica y la velocidad de conexión se disparó, los contenidos llegaban y llegan de manera instantánea.

Con el paso del tiempo, las conexiones vía Wi-Fi (Wireless Fidelity – Fidelidad Inalámbrica), más conocidas como conexiones “sin cable” abrieron un espectro de posibilidades, permitiendo que múltiples ordenadores compartieran una misma conexión.

Pero el presente es móvil y hay que aceptarlo. A raíz de la aparición de los smartphones (teléfonos inteligentes) y más tarde, las tabletas, el consumo de información por parte del usuario se ha visto modificado.

Este logo significa que el establecimiento tiene Wi-Fi disponible para sus clientes



En la actualidad se quiere tener acceso instantáneo, en cualquier localización y en cualquier momento y eso tiene consecuencias.

Ahora, el usuario requiere de sus contactos y marcas presencia continua, y más aún, reclama respuesta en un plazo de tiempo que cada día disminuye más y más. Eso implica que, la persona o el equipo que esté al otro lado también debe ser capaz de gestionar todas esas interacciones, esté donde esté.

Por lo tanto, si por ocio o trabajo es necesario contar con conexión o disponibilidad continuada, la solución de nuevo es móvil, ya sea mediante smartphones o tabletas; de hecho, en las empresas se están sustituyendo los portátiles por este tipo de dispositivos, más livianos y manejables.



Simon. El primer smartphone, fabricado por IBM



Sabía que...

El primer Smartphone o teléfono inteligente fue creado por IBM en el año 1992, aunando características de un teléfono móvil convencional y de un asistente personal digital tipo PDA (Personal Digital Assistant).

5. Nuevas profesiones

Todos los cambios derivados de la Web 2.0 y los Social Media han propiciado que, en el mercado de trabajo, aparezcan nuevas profesiones relacionadas directamente con este nuevo mundo, entre ellas:

- Community Manager.
- Social Media Manager.
- Digital Analyst.
- Web Developer.
- SEO Specialist.
- Ecommerce Manager.

Aunque la mayoría de estos profesionales provengan de carreras relacionadas con la Comunicación como Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad y Relaciones Públicas, otro gran porcentaje procede de estudios como Administración y Dirección de Empresa.



Actividades

2. Tras localizar en la Web varias ofertas de trabajo para Community Managers (ya sea para un puesto con categoría senior, junior, becario o en prácticas), compare los requisitos que solicitan las diferentes empresas para comprobar la veracidad del párrafo anterior.
-

De todas formas y a pesar de haber comentado en este apartado profesiones muy específicas, la apertura al gran público que propició la Web 2.0 ha hecho pensar a mucha gente que “casi” cualquier persona puede hacerse cargo del área Social Media.

Nada más equivocado, el hecho de “pasar muchas horas en Internet” o, yendo más allá, contar con algunos de los estudios antes nombrados, NO faculta para realizar NINGUNA de las tareas asociadas a los roles nombrados. En primer lugar, será necesario adquirir formación específica que capacite el desarrollo de todas las tareas asociadas a este “nuevo mundo”.

3 MITOS SOBRE LA PROFESIÓN DE COMMUNITY MANAGER



ES UN TRABAJO QUE PUEDE HACER CUALQUIERA

Un buen community manager deberá tener un conocimiento profundo sobre las tendencias y nuevas herramientas que determinan el caminar de las redes sociales, así como tener las habilidades y técnicas necesarias para comunicar el mensaje adecuado al público indicado mediante los canales necesarios que logren construir y gestionar la imagen de una marca



ES UN TRABAJO DE 8 HORAS DIARIAS

La inserción en redes sociales nunca para y esta es una característica que obliga al community manager a invertir más de ocho horas diarias en la gestión de estas plataformas - aun cuando es una sola persona la que administra todos los perfiles de una marca.



CERO PRESIÓN

La presión que un community manager tiene va más allá que construir la personalidad de una marca y darle voz a través de las redes sociales, sino que tiene la obligación de atender las tendencias y el rápido intercambio de información que se puede generar en estos medios de manera rápida y oportuna.

No todo el mundo puede ejercer de Community Manager

Así, en el mercado actual, es posible encontrar cursos, postgrados o másteres del tipo Community Management, Marketing Digital y Social Media...



Actividades

3. Suponiendo que desea entrar de lleno en este mundo y formarse adecuadamente, localice al menos 3 cursos online que incluyan en su denominación Community Management de 3 instituciones diferentes, y compare precios y temarios. ¿A qué cree que pueden deberse las diferencias?
-

Otro dato a tener en cuenta, es el entorno cambiante de los Social Media, con frecuentes modificaciones de algoritmos, plataformas que aparecen o desaparecen... Todo lo expuesto se traduce en que estos perfiles deberán estar imbuidos en un proceso de aprendizaje continuo y especialización (SEO, analítica, métricas...) si desean realizar su trabajo con eficacia.

6. Resumen

Los diferentes avances tecnológicos vividos en los últimos 25 años y que propiciaron el desarrollo de la World Wide Web (o simplemente, la Web) han favorecido una nueva forma de interactuar para el usuario, pasando de ser un mero espectador a un participante muy activo, que desea ser oído y tenido en cuenta.

Dicha interacción se desarrolla ejecutando acciones a través de distintas plataformas, como por ejemplo: publicar comentarios o artículos en blogs, jugar con otras personas en línea, colgar fotos en tableros compartidos, trabajar en grupo mediante diferentes aplicaciones o toda la variedad de acciones que nos permiten las distintas redes sociales...

Pero si hace unos 5 o 10 años como mucho, era necesario estar sentado delante de un PC o portátil, ahora el acceso y la oportunidad se presenta en cualquier sitio y momento, gracias a los ya no tan nuevos dispositivos digitales: los teléfonos inteligentes y las tabletas.

Por último, es importante recordar que, aunque se ha facilitado el acercamiento a la Red, la gestión de la presencia en la misma ha posibilitado la creación de nuevos puestos y especializados puestos de trabajo, siendo quizás el más conocido, el Community Manager.



Ejercicios de repaso y autoevaluación

1. Complete con las palabras que faltan, para obtener la definición de Social Media dada por los profesores Kaplan y Heinlein.

“Grupo de aplicaciones basadas en _____ que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la _____ y el _____ de contenidos generados por el _____”.

2. ¿En qué año apareció por primera vez el término Web 2.0?

- a. 1992.
- b. 2000.
- c. 2004.
- d. 2010.

3. Blogger es un Sistema de Gestión de Contenidos que permite que un usuario pueda crear y gestionar su blog en la Web, sin ser un especialista.

- Verdadero
- Falso

4. Señale la opción que no corresponde en relación a la clasificación de Medios Sociales.

- a. Espacios para colaborar.
- b. Espacios para influir.
- c. Redes Sociales.
- d. Espacios para publicar.

5. El término Wi-Fi proviene de...

- a. ... Wide Fidelity.
- b. ... Wireless Felicity.
- c. ... Wide Felicity.
- d. ... Wireless Fidelity.

6. La mayor parte de las personas que trabajan como Community Managers son mujeres.

- Verdadero
- Falso

7. Señale la opción que no corresponda.

Las nuevas profesiones digitales toman como referente a personas que provienen de...

- a. ... Publicidad y Relaciones Públicas.
- b. ... Publicidad y Relaciones Laborales.
- c. ... Administración y Dirección de Empresas.
- d. ... Comunicación Audiovisual.

8. Complete con las palabras que faltan.

El primer _____ o teléfono inteligente fue creado por _____ en el año _____, aunando características de un teléfono móvil convencional y de un asistente personal digital tipo PDA.

9. Cualquier persona que lleve varios años utilizando distintos servicios a través de Internet, puede gestionar la información de una empresa.

- Verdadero
- Falso

10. Cuando se habla de Redes Sociales horizontales, ¿cuáles son las más populares?
