

Redes sociales en 2023: claves para su gestión en marcas e instituciones

Alexis Apablaza-Campos

Diálogos regionales – El problema es comunicacional
Rancagua (Chile), 20 de abril de 2023

Créditos

- Título: *Redes sociales en 2023: claves para su gestión en marcas e instituciones*
 - *Social media in 2023: keys for their management in brands and institutions*
[en]
- Por Alexis Apablaza-Campos
- Contexto: seminario “Diálogos regionales – El problema es comunicacional” de Diario El Rancagüino (Chile)
- Primera edición en este formato: 20 de abril de 2023
- Esta obra se publica bajo una licencia Creative Commons:
[CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Resumen y palabras clave [es]

- Resumen

- Definiciones de contexto actual en entornos digitales (Don de la Ubicuidad y killer apps).
- Definición, evolución y cambios en desarrollo de redes sociales.
- ¿Cómo generar contenidos por perfil/canal social?
- Funas, cancelaciones & trolls.
- Manejo de crisis online.

- Palabras clave

- Redes sociales, community manager, trolls, funar, cultura de la cancelación, crisis online, TikTok, Instagram, Facebook, Twitter.

Abstract and keywords [en]

- Abstract
 - Definitions of current context in digital environments (Ubiquity Gift and killer apps).
 - Definition, evolution and changes in the development of social networks.
 - How to generate content by profile/social channel?
 - Funas, cancellations & trolls.
 - Online crisis management.
- Keywords
 - Social media, social networks, community manager, trolls, cancel culture, online crisis, TikTok, Instagram, Facebook, Twitter.

Tabla de contenido

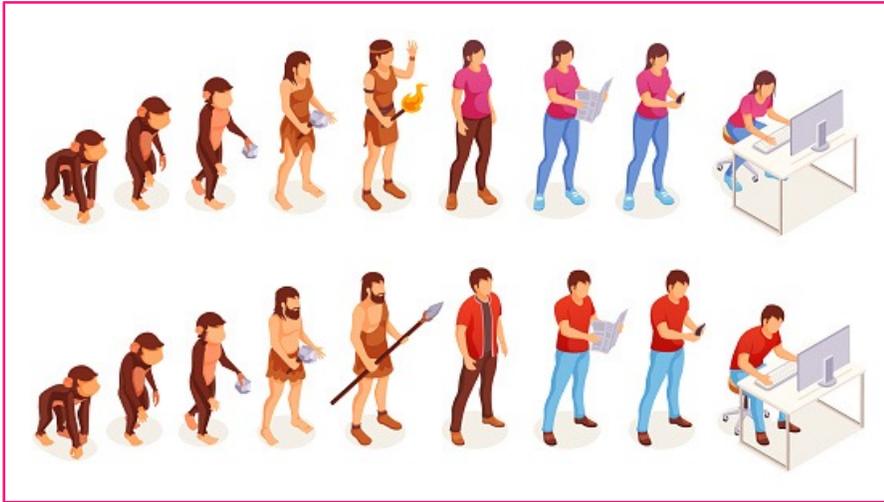
1. **Don de la ubicuidad & *killer apps***
2. **Redes sociales:** definición, evolución y cambios
3. **¿Cómo generar contenidos por perfil?**
4. **Funas, cancelaciones y trolls-bots**
5. **Manejo de crisis:** ejemplos prácticos
6. **Conclusiones generales**
7. **Referencias bibliográficas**



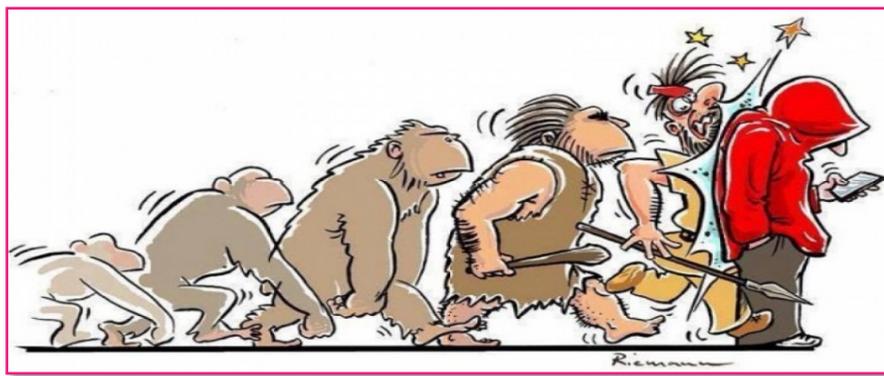
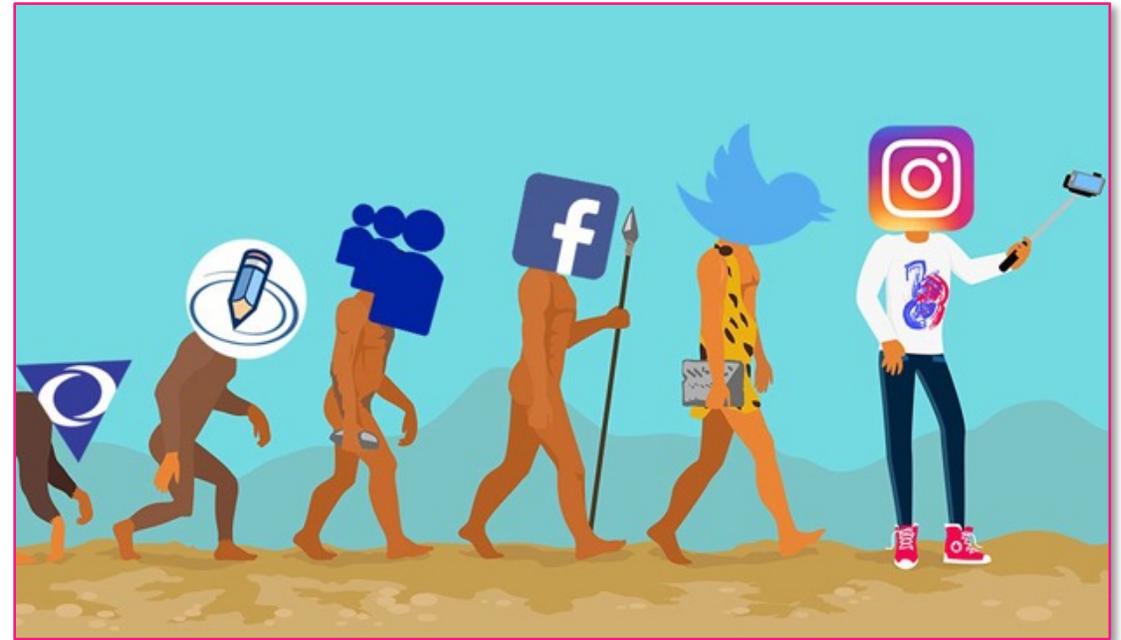
Don de la Ubicuidad & killer apps

La evolución del hombre... digital

Al computador



A las redes sociales



Al móvil

20/04/2023

Redes sociales en 2023: claves para su gestión en marcas e instituciones



UBIQUITY GIFT

FUTURE TRENDS

Ubicuo

- ¿Qué dice la RAE?

ubicuo, cua.

(Del lat. *ubique*, en todas partes).

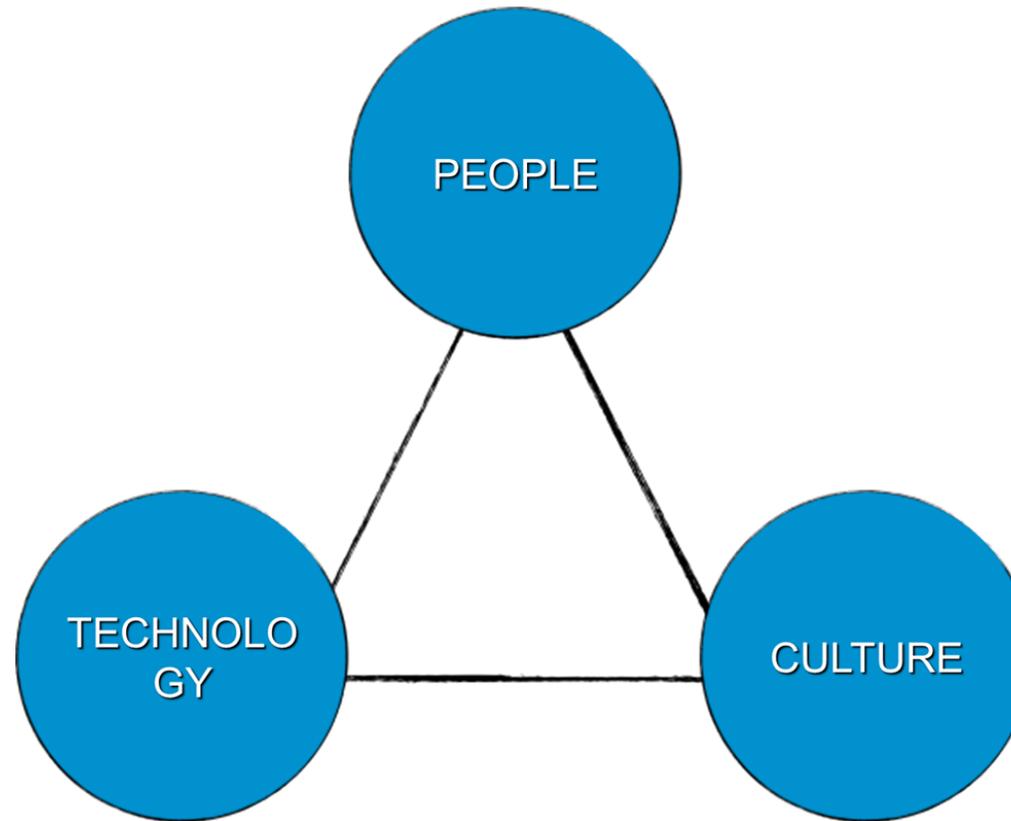
1. **adj.** Dicho principalmente de Dios: Que está presente a un mismo tiempo en todas partes.
2. **adj.** Dicho de una persona: Que todo lo quiere presenciar y vive en continuo movimiento.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

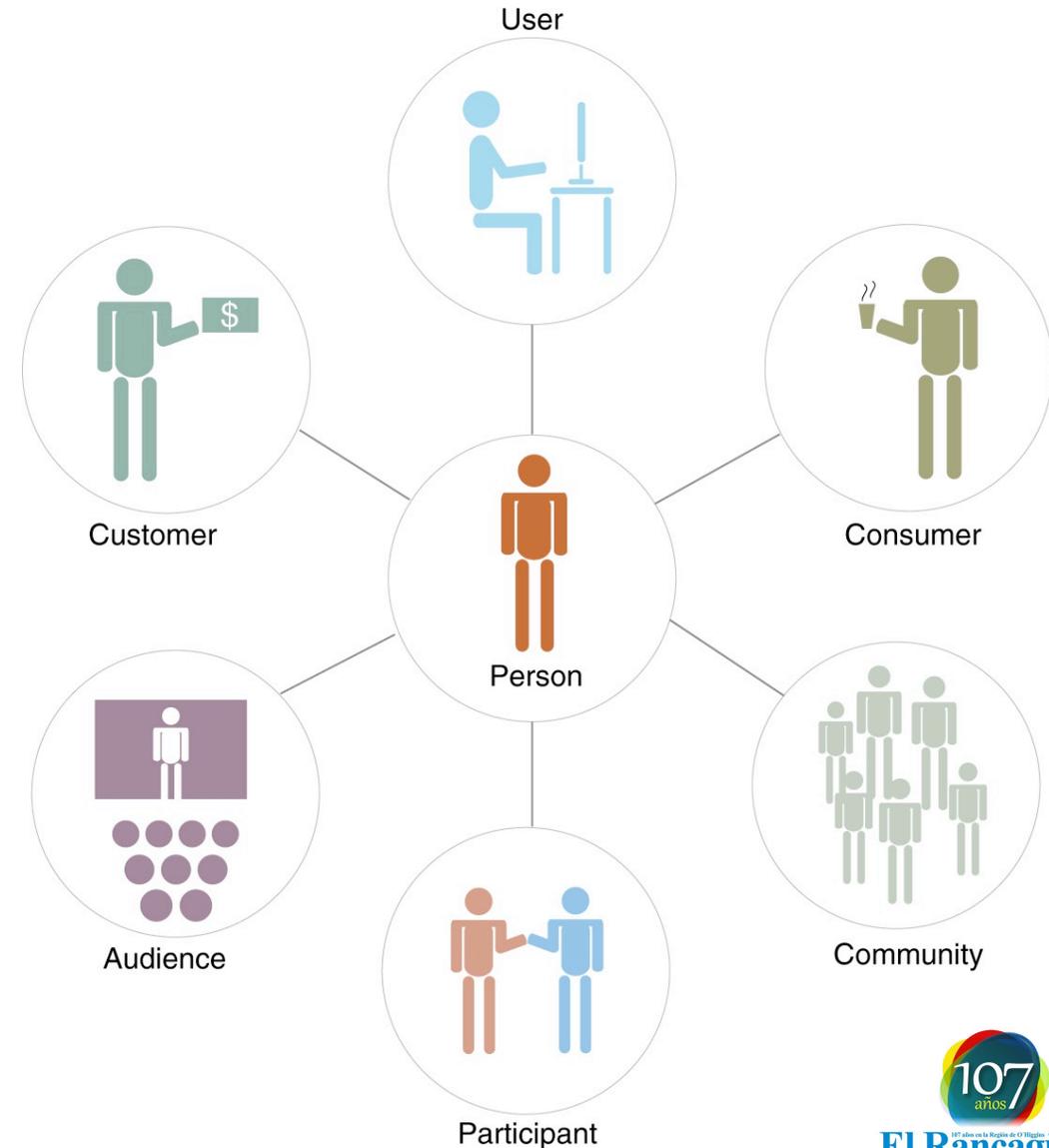
Es decir, se trata de un término de origen teológico que ha evolucionado mediante las nuevas tecnologías.

Para ello, se necesita un ADN Digital

EL ADN DIGITAL



En este escenario, además de "personas" asumimos cada día distintos roles según los estímulos/mensajes que recibimos: al levantarnos, al salir de casa, en el trabajo/universidad, a la hora de comer, de ver el celular, de conversar con otros, etc.



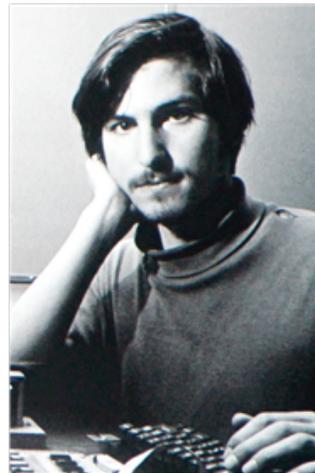
- **Generaciones:**

- Lego: 61 años en 2027
- PC/Mac: 43 años en 2027

Microsoft
Bill Gates



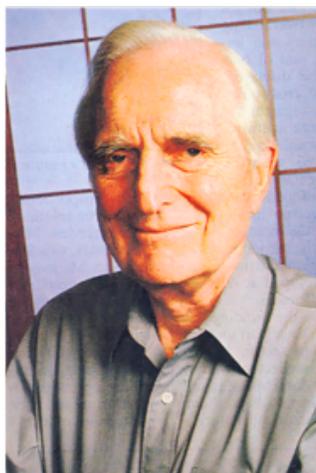
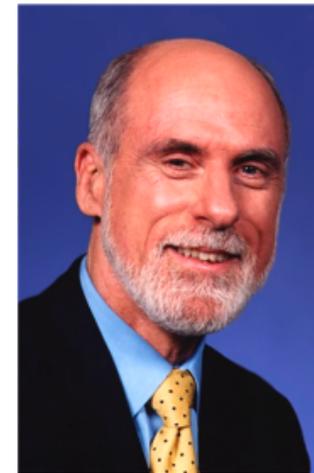
Apple
Steve Jobs



World Wide Web
Tim Berners-Lee



ARPA Net
Vinton Cerf



Douglas Engelbard
Mouse e hipertexto



Nolan Bushnell
Atari



Clive Sinclair
ZX Spectrum



Martin Cooper
Teléfono móvil



- **Generaciones:**

- ADN Digital: 33 años en 2027
- Social Media: 26 años en 2027

Amazon
Jeff Bezos



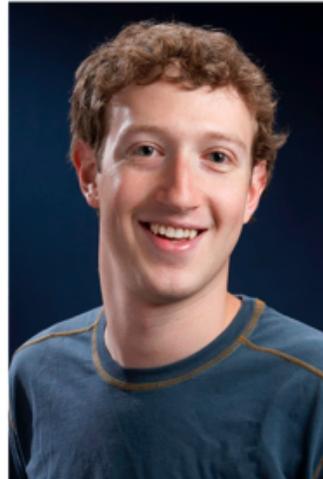
Google
Sergi Brin



Opera
Hakon Wium Lie



PayPal
Peter Thiel



Mark Zuckerberg
Facebook



Jack Dorsey
Twitter



Ed Fries
Xbox



Chad Hurley
YouTube





¿Qué tienen todos ellos en común?

Todos ellos crearon una 'killer app'

Y, ¿qué es una 'killer app'?

Es una aplicación que necesita los siguientes requerimientos:

- Un nicho en un mercado de consumo
- Uso de las mayorías
- Indispensable en nuestra vida diaria
- Elimina o deja obsoletas otras aplicaciones existentes

Cada 5 años emergen nuevas tecnologías y nuevas aplicaciones que cambian la forma en que hacemos las cosas



¿Qué son las redes sociales?

1. Un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades. **ONTSI.**
2. Servicios dentro de las webs que permiten al usuario:
 - Construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado
 - Articular una lista de otros usuarios con los que comparte una conexión
 - Visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema.

La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones suele variar de una red social a otra. **Journal of Computer-Mediated Communications.**

3. La mayor contribución de las redes sociales ha consistido en dotar de un lugar en el mundo a una humanidad sumida en la soledad de un mundo frío y tecnológico. Otra gran aportación consiste en haberlas transformado en inmejorables herramientas de comunicación masiva. **The Economist.**



AUTOPSIA DE LAS REDES SOCIALES



perfiles + intereses



SOCIAL MEDIA

Explicada con **Café**



Tomando un café con los amigos de la vida.



Foto en un café de París



(Abro Hilo) Lugares para tomar un buen café en Colombia

#Colombia #Café



Barista especializado en elaboración del café expreso



Hice un café latte como el de Starbucks



Tutorial técnicas de Barista para preparar un buen café



Ideas para decorar una taza café



Voy a transmitir una charla sobre café

Las redes sociales explicadas con café

Fuente: David Aristizabal



El Rancaguino

Las redes sociales explicadas con pizza

Fuente: [Mona Creativos](#)



Comiendome la mejor
#PizzaDeLaCiudad



Ideas locas para
empacar una pizza



!Qué rico está esta pizza!
Voy a dejar una reseña
positiva



Pizza de pollo para cenar
#delicious #foodie



Las redes sociales explicadas con pizza

Fuente: [Mona Creativos](#)



Me uno al nuevo
challenge del
baile de la pizza



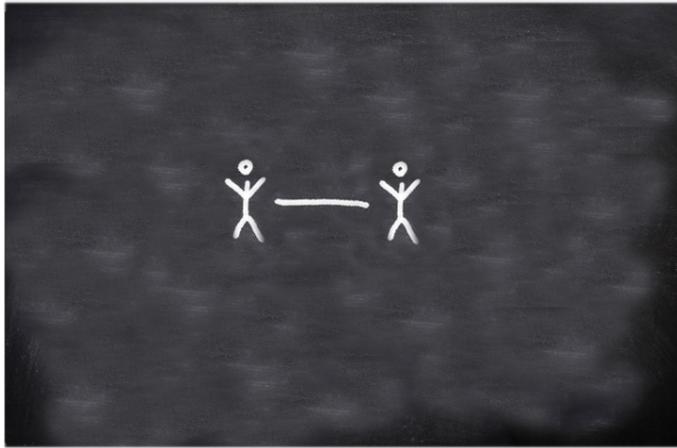
Crear pizzas originales
es una de mis habilidades



Cómo hacer pizza
de jamón con queso
en casa / Receta fácil



Evolución de las redes sociales



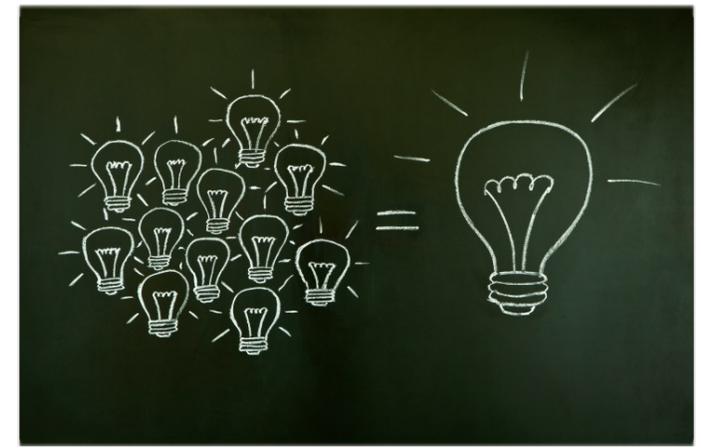
Comunicar

Racional



Compatir / Valorar /
Comprar

Emocional



Cocreación / Innovación

Colaborativa

La "tiktokificación" de las redes sociales

- El replanteamiento de Meta para parecerse más a la app de ByteDance supone **el final de un modelo basado en la conexión entre personas. Su único objetivo será entretener y retener al usuario el mayor tiempo posible.**
- Actualmente no solo estamos viviendo la "tiktokificación" de las redes sociales, algunos expertos lo califican como el fin de una era (que no el fin de las redes sociales). ¿Por qué? Por el cambio de objetivos.
- Si la función inicial de Facebook, Instagram o Twitter (por decir las más populares) era contactarte con tus amigos o familiares, **su principal objetivo a partir de ahora será entretenerte para retenerte el mayor tiempo posible a sus plataformas.** Cuanto más tiempo, más anunciantes. Cuantos más anunciantes, más dinero.



Fuente: [La Vanguardia](#)

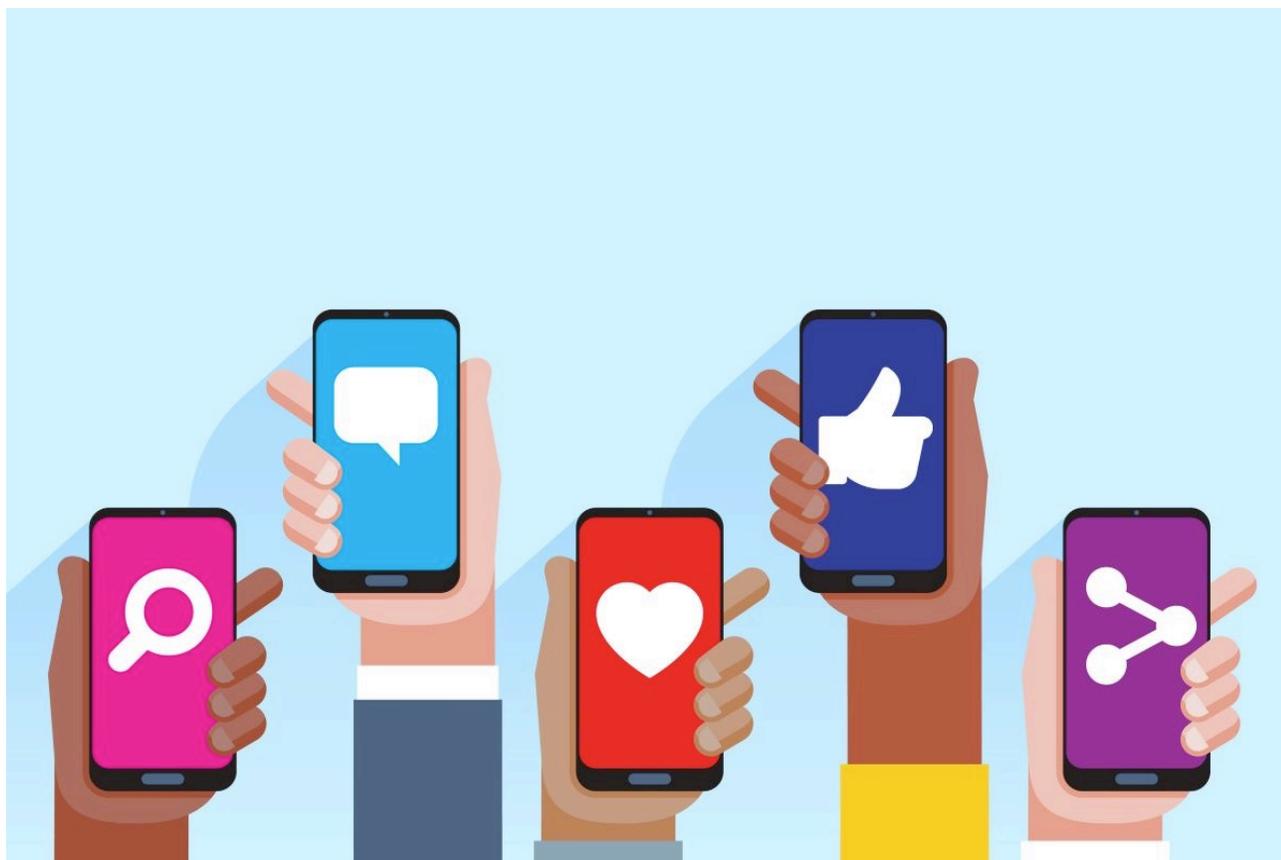
La "tiktokificación" de las redes sociales

- Ejemplos de cambios recientes:

1. **Facebook:** reemplaza *news feed* (con publicaciones ordenadas cronológicamente) por una home. Se deja de dar prioridad a los contenidos de los amigos para mostrar contenido adecuado a tus gustos y necesidades.
2. **Instagram:** cambios similares a Facebook, pero priorizando los *Reels*. En el feed, además, se mantiene la prioridad a historias de amigos, pero con más publicidad.
3. **Twitter:** realiza una transición hacia un modelo algorítmico en lugar de cronológico. Además de publicaciones de seguidores, se incluye contenido viral aleatorio o sugerencias que podrían ajustarse a tus gustos.
4. **YouTube:** incentivos a creadores de contenido a realizar *Shorts* por sobre vídeos convencionales.



Fuente: [La Vanguardia](#)



*¿Cómo
generar
contenidos
por perfil?*

El Community Manager



Persona encargada de gestionar las comunidades online afines a la marca

CARACTERÍSTICAS

- Conocimiento sectorial o del sector/industria de la marca
- Conocimientos de marketing y publicidad
- Debe saber redactar bien (vertiente periodística)
- Ha de ser un *freaky* de la tecnología
- Creativo
- Experiencia en comunicación en Internet. Buenos contactos.
- Buen conversador
- Agitador, resolutivo, empático, comprensivo
- Saber trabajar en equipo
- Moderador
- Conocimiento de herramientas de medición online y KPIs

¿Qué KPI's usar en cada Red Social?

Plataforma	KPI's
 Facebook	Impresiones, Me gusta, Clicks a enlaces, Reacciones, Visualizaciones de videos, Comentarios / Compartidos, CTR
 Instagram	Impresiones, Interacciones por post, Cantidad de guardados, Vistas de videos / stories, Seguidores
 LinkedIn	Impresiones únicas, Descargas, Recomendaciones, Interacciones por post, Tasa de interacción
 TikTok	Vistas por video, Tiempo de reproducción, Vistas al perfil, Rendimiento de hashtags, Interacciones por video
 Twitter	Impresiones, Clicks a enlaces, RT's, Vistas al perfil, Interacciones
 YouTube	Tiempo de visualización, Vistas por video, Interacciones por video



KPI's: la importancia de medir impactos/resultados

- Analizar por periodos, principalmente mensuales, cómo evolucionan nuestros canales/perfiles.
- Comprender qué tipos de contenidos funcionan mejor y por qué.
- **No tener miedo a caídas de resultados.** El crecimiento no es ilimitado.

Fuente: <https://pacificlatam.com/>

Facebook



OBJETIVO

- Reforzar la imagen de marca y derivar el tráfico hacia la web.

CONTENIDO

- **Textos breves y de contexto a la imagen que los acompaña:** evitar el botón “Ver más”.
- **¿Preguntas para interactuar? ¡Déjalo para los concursos!**
- **Stories:** ¿te atreves a contar una historia en 15 segundos?
- **Variedad en estilos y formatos:** una línea editorial clara no significa que no puedas usar múltiples recursos (estilos de imágenes, infografías, vídeos, tutoriales, gif en respuestas, emisiones en directo, etc.).



El Rancagüino

Facebook



RELACIONES CON LOS USUARIOS

- **Menos rodeos, mejor experiencia:** los usuarios agradecen respuestas personalizadas y empáticas.
- **No caer en el juego:** mantener la calma siempre y no caer en provocaciones. ¡Tú eres la marca!
- **¿Respuesta instantánea?** Usa un bot, aunque sea para responder más tarde.

The screenshot shows the Facebook profile page for 'El Rancagüino'. The cover photo features a network of social media icons (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) and a yellow banner that says 'CONECTANDO A LA REGION' with the phone number '72 2 766080'. The profile picture is the 'ertv' logo. The page name is 'El Rancagüino' with 63 likes and 70 followers. Navigation tabs include 'Publicaciones', 'Información', 'Menciones', 'Opiniones', 'Seguidores', 'Fotos', and 'Ver más'. The 'Detalles' section lists contact information: 'Página - Medio de comunicación/noticias', 'SOCIEDAD INFORMATIVA REGIONAL S.A.', 'O' Carrol 518, Rancagua, Chile', '(72) 276 6080', 'contacto@elrancaguino.cl', 'elrancaguino.cl', and 'Siempre abierto'. The 'Destacados' section shows a post about 'Hotel Terrado Rancagua' and another about 'El 26% de los chilenos reconoce usar protección solar...'. The 'Publicaciones' section is visible at the bottom with a 'Filtros' button.



El Rancagüino



OBJETIVO

Descubrir temas contingentes y asistir a clientes en tiempo real.

CONTENIDO

- **Añade seguidores valiosos:** sigue a líderes de la industria con quienes sea posible interactuar.
- **Tuitea sobre eventos de la industria y sigue *trending topics*:** usa *hashtags* populares, aumentas visibilidad.
- **¡Sé sencillo!** Que tu @ (identidad en tu Twitter) sea fácil de entender y tu biografía, de fácil lectura.
- **Conversa con tus usuarios:** en Twitter el debate gusta #conrespeto. No solo hables cuando se quejen.



El Rancagüino



- Usa recursos audiovisuales: a tus 280 caracteres puedes sumar GIFs, imágenes y vídeos.
- Si te falta espacio, ¡crea un hilo de publicaciones!

RELACIONES CON LOS USUARIOS

- **Responde con su nombre:** como ahora no necesitas etiquetar respuestas, sí usa su nombre de perfil.
- **Cuida el sentido del humor:** ser creativo y gracioso puede ser contraproducente con un usuario molesto.
- **Mensaje privado:** pídele datos y detalles por MP. No expongas un problema en público innecesariamente.

El Rancagüino

Diario El Rancagüino
@elrancaguino Te sigue

107 años informando a las 33 comunas de la Región de O'Higgins.

Personalidad de los medios de comunicación ⓘ Chile
elrancaguino.cl Fecha de nacimiento: 15 de agosto
Se unió en julio de 2009

648 Siguiendo 58,7 mil Seguidores

Claudia Aprueba!Vamos Chile 🇨🇧, The Conversation ES y 33 más de las cuentas que sigues siguen a este usuario

Tweets Respuestas Fotos y videos Me gusta

Diario El Rancagüino @elrancaguino · 9min
En San Vicente se reanudó el Ranking Sexta Región

Instagram



OBJETIVO

Contar historias y compartir experiencias/estilo de vida de tu marca.

CONTENIDO

- **Auténtico, relevante y dinámico:** la imagen/video lo es todo, el texto es un complemento y los hahstags refuerzan tu visibilidad.
- **Define tu línea gráfica:** a mayor calidad de imagen/video mayores opciones de *engagement*.
- **Hashtags:** puedes usarlos más que en Facebook y que en Twitter, pero no te emociones demasiado.
- **Stories y Reels:** contenido en formato preferentemente vertical de corta y larga duración. ¡Amplía tus experiencias!





RELACIONES CON LOS USUARIOS

- **Emojis, emojis y emojis:** tus publicaciones en la sección de noticias (fotos, carruseles y reels) e incluso tus *Stories* pueden recibir más reacciones que texto como comentarios de tus seguidores. ¡Agradece tanto como puedas!



TikTok

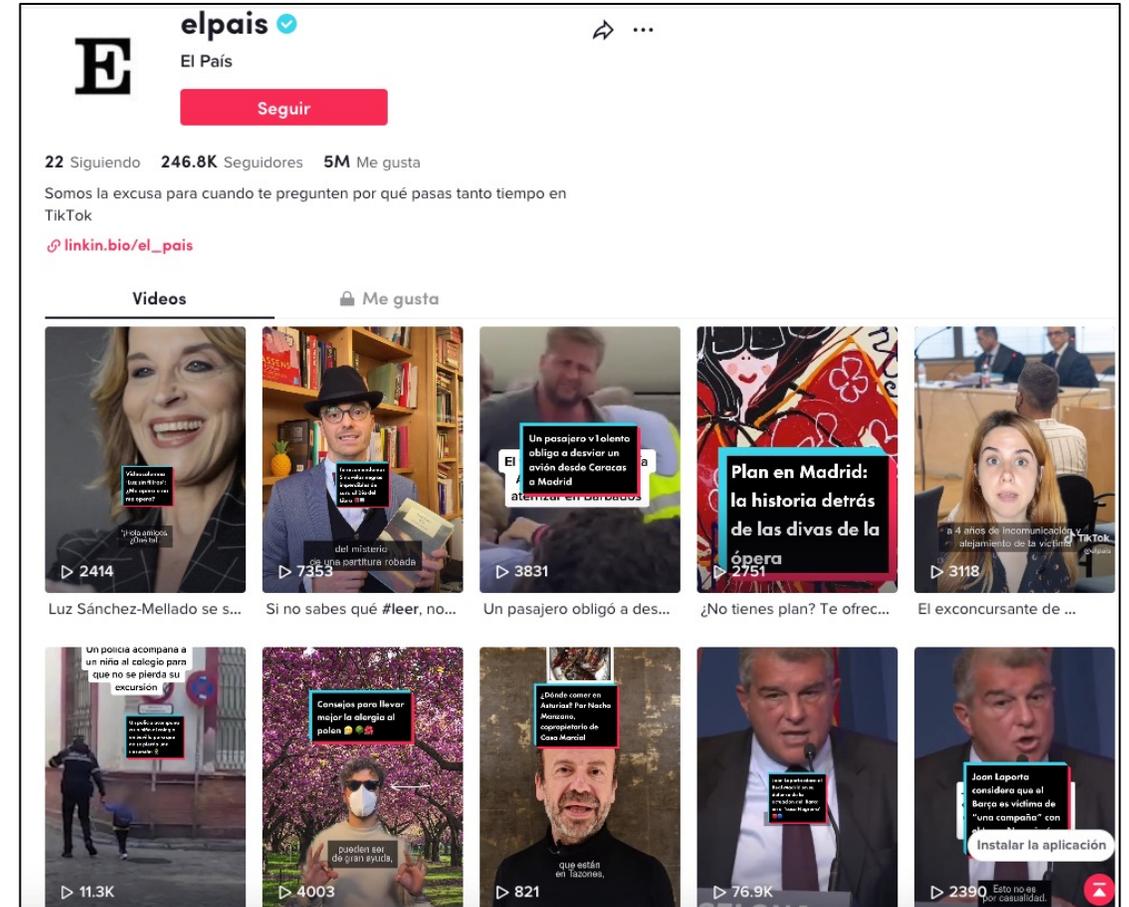


OBJETIVO

Contar historias y compartir experiencias/estilo de vida de manera más lúdica y cercana.

CONTENIDO

- **Seguir *challenges* & tendencias:** oportunidad para adaptar al mensaje de nuestra marca ([TikTok trends](#)).
- **Biblioteca de audios:** *lipdub* con sonidos del momento.
- **Modo Lo-fi:** contenido más humano (incluir texto y voz).
- **Productos y clientes:** mostrar testimoniales, el "detrás de cámara", y la descripción de tu stock.



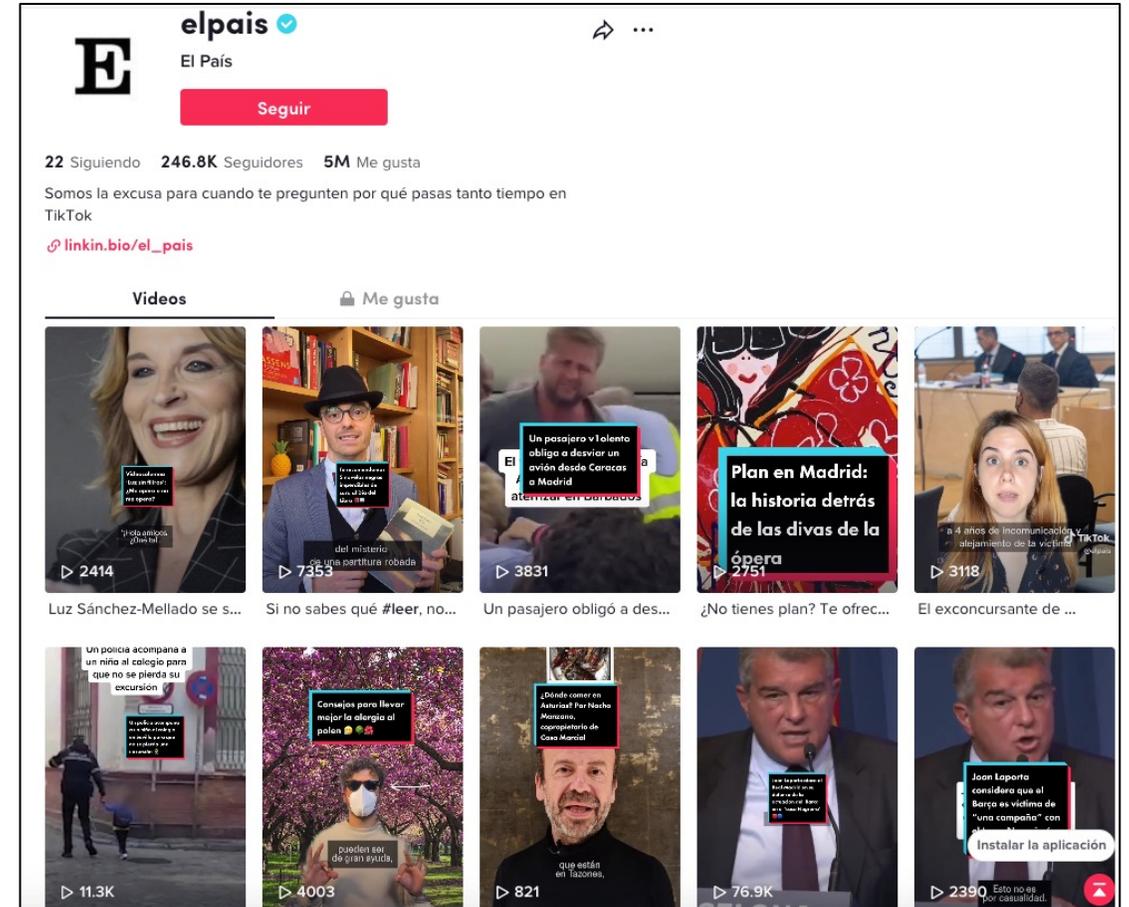
El Rancaguino

TikTok

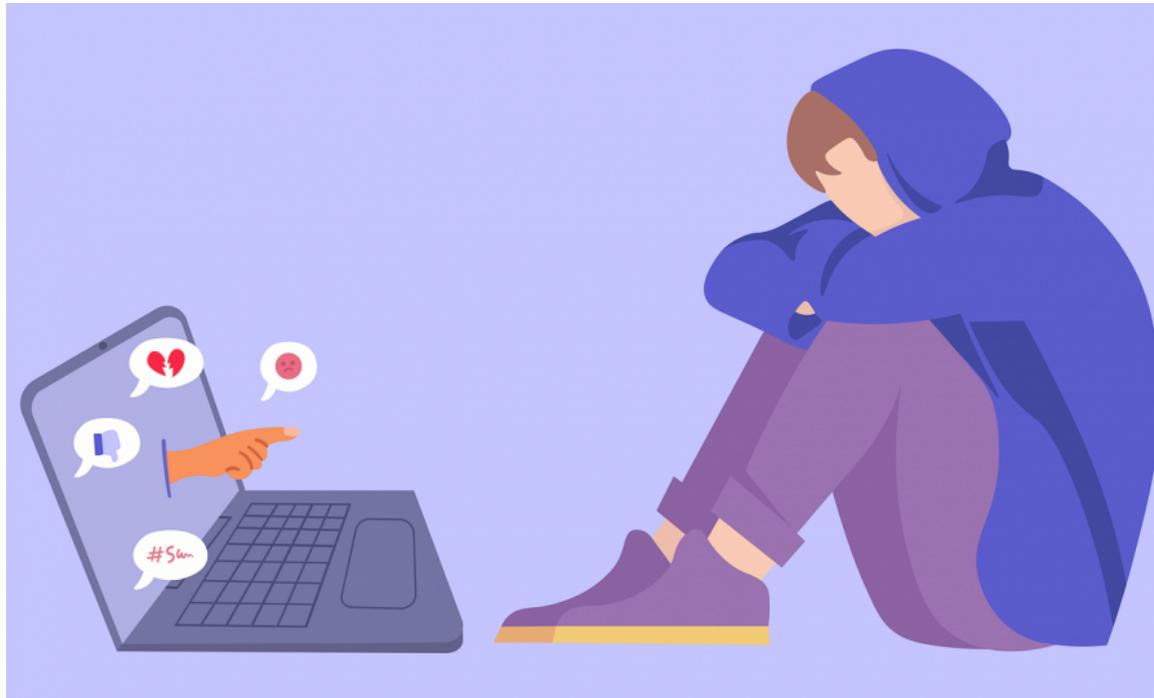


RELACIONES CON LOS USUARIOS

- **Responde con vídeos:** puedes generar nuevo contenido ofreciendo retroalimentación audiovisual a los comentarios que recibas, así como también compartir otras publicaciones que te interesen (para aumentar su alcance).



El Rancaguino



Funas, cancelaciones y 'trolls-bots'

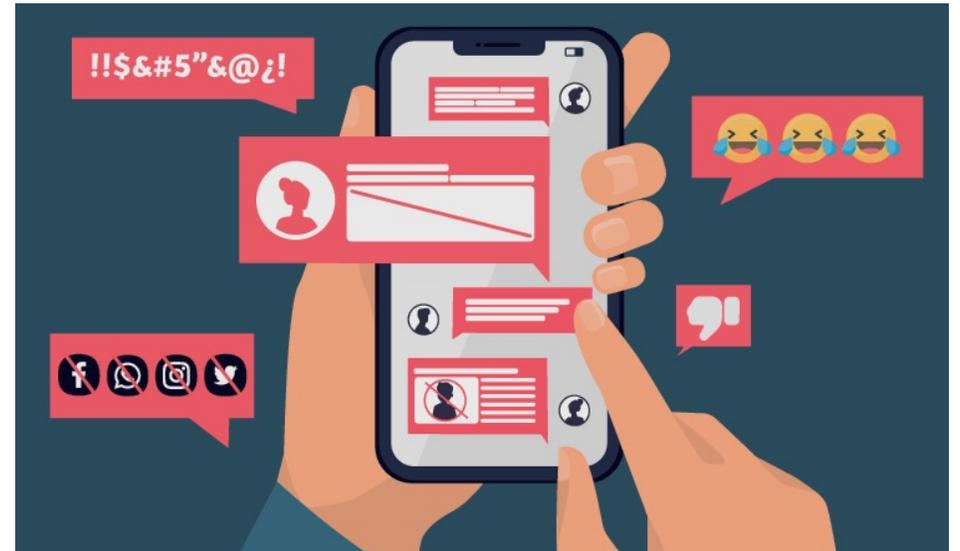
Funar y cancelar

CANCELACIÓN

- Se usa para demostrar descontento hacia una persona o marca -usualmente personajes públicos, aunque también sirve para conocidos-. La forma más inmediata de materializar la cancelación conlleva dejar de seguir a esa persona/marca en redes sociales, y dejar de consumir sus productos/servicios.

FUNAS

- Término usado en Chile (denominado 'escraches' en otros países de habla castellana). Consiste en denunciar, agredir y/o insultar públicamente a una persona/marca.
- Ambos términos nacen para hacer frente, principalmente desde las redes sociales, al vacío que sienten las víctimas y quienes simpatizan con las víctimas ante el sistema judicial.
- También ambos pueden cruzarse reiteradamente: quien ha sido "cancelado" puede recibir "funas" de algunos usuarios, así como también pueden haber "funas" a quienes no "cancelan" a otros.



Trolls & bots



Trolls & bots

PROVOCADOR

- Incitación
- Suplantación de identidad
- Engaño
- Comportamiento ofensivo
- Activismo
- Dañar la reputación



DELINCUENTE

- Suplantación de identidad
- Pornografía
- Robo de datos / hacker
- Utilización ilícita de marcas y/o nombres de personas
- Bullying
- Mobbing

Tipos de trolls & bots



PAYASO

Es uno de los más inofensivos, se dedica a hacer mofa con todo y no tiene nada de gracia.



PERFECCIONISTA

Se dedica a mirar tu perfil o blog en busca de fallos, tanto de ortografía como del tema.



FAN

Defiende a muerte a sus ídolos y entrará a tu perfil para ponerte de vuelta y media.



VOMITÓN

No entra en razones, simplemente pone insultos hacia el autor sin venir a cuento.

Tipos de trolls & bots



HACKER

Siempre te amenaza con destrozarte la página.



MATÓN

Siempre amenaza al autor del post.



MAFIOSO

Es el que tiene toda una organización de Trolls con él.



BATMAN

Es el troll que tiene algo contra ti y se lo toma como algo personal convirtiéndose en un justiciero.



Manejo de crisis: ejemplos prácticos

Manejo de crisis – Josep Salvat PR

Avancar



avancar

- El 22 de enero de 2019 Avis-Zipcar, su matriz, decide el cierre de operaciones en España (Barcelona) y en otras ciudades de Europa.
- Sin embargo, la matriz decide informar unilateralmente a clientes mediante una *newsletter* y prohíbe a empleados pronunciarse públicamente además de mantener silencio en redes sociales corporativas.
- ¿Qué pasó?



Avancar - Carsharing  23 de enero de 2019 ·  ...

Estamos tan tristes como tú 😞

Tras 14 años de actividad en Barcelona, nuestro proyecto llega a su fin este próximo 28 de febrero de 2019.

Ha sido un auténtico orgullo estar a vuestro lado. Hemos puesto toda nuestra pasión y energía en ofrecer una solución de movilidad sostenible y respetuosa con nuestra querida ciudad condal, creando una comunidad de socios fiel y diferente con la cual seguiremos trabajando hasta el final con el mismo cariño y dedicación que hemos ofrecido desde el principio.

Desafortunadamente, nuestro viaje acaba aquí. Creednos cuando decimos que nos duele tanto como a vosotros y que os echaremos mucho de menos.

Gracias por tanto cariño. Gracias por todo este tiempo.

Gracias Barcelona 🍀



   185

102 comentarios 20 veces compartida

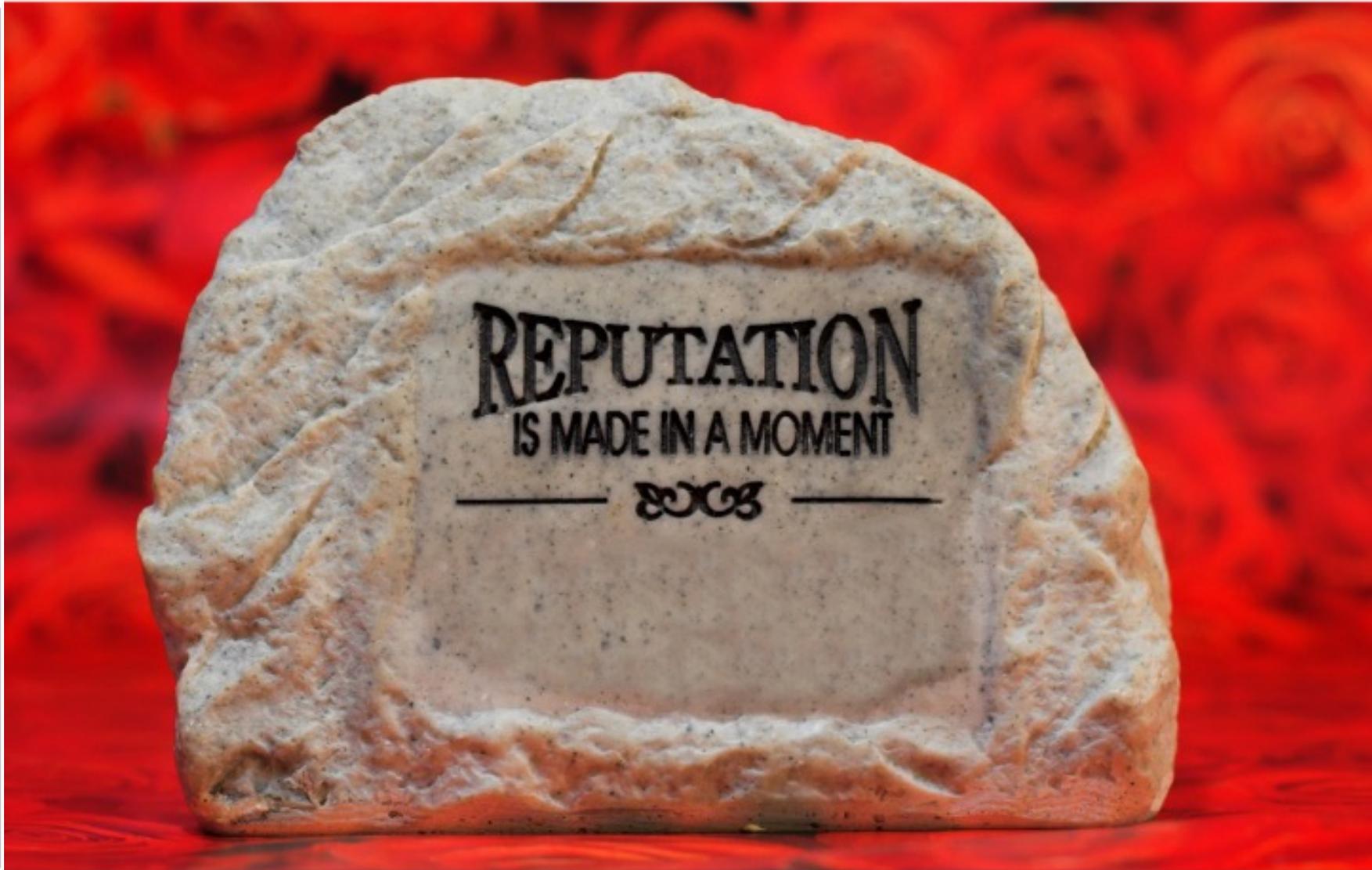
Manejo de crisis – Josep Salvat PR

Avancar

avancar

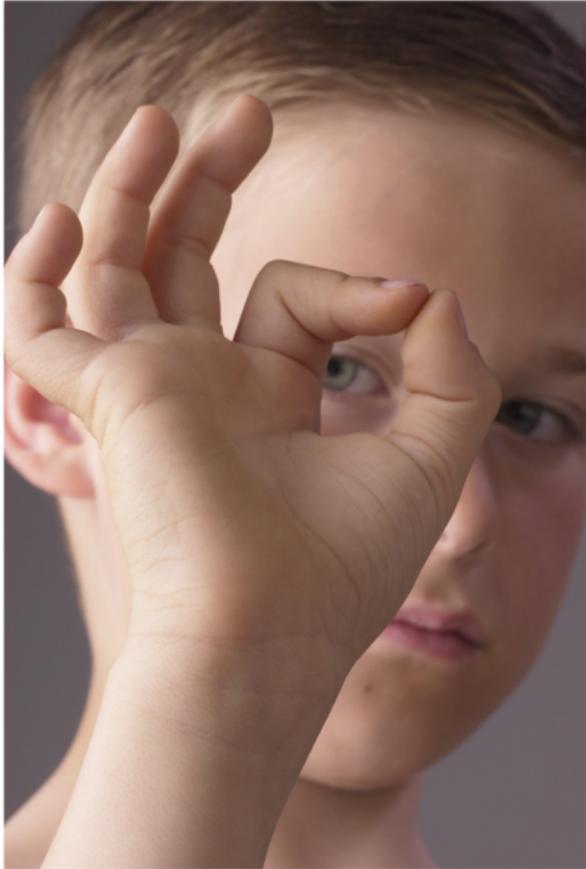
- **¿Qué pasó?** Otras filiales europeas en la misma situación desobedecieron órdenes y publicaron en redes propias criticando a "sus jefes".
- **¿Qué hicimos?** Hablar con cliente y convencerlo de comunicar.
- **¿Qué se obtuvo?** Empatía, agradecimiento y nostalgia por la mayoría de los usuarios.

<https://www.facebook.com/Avancarsharing/>



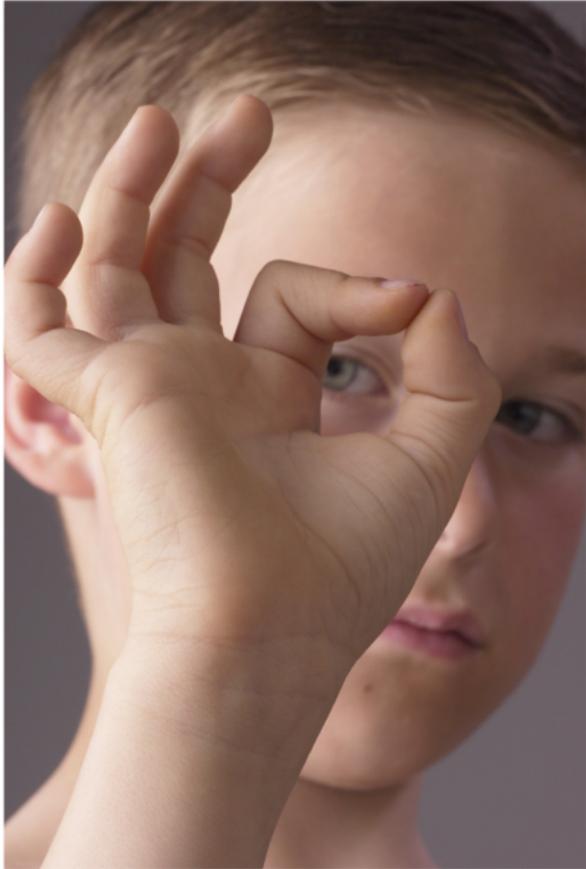
El Rancagüino.

¿Cómo gestionar la Reputación Corporativa?



1. Escuchar a nuestros clientes.
2. Identificar a nuestros influencers y líderes de opinión. Cuando más y mejor se hable de nosotros mejor reputación online tendremos.
3. Participar en las conversaciones y debates. No ser inmóviles, ser proactivos.

Y si tengo una crisis, ¿qué hago?



1. Actuar con rapidez, siempre, tanto si la información es verdadera como falsa. Si el falsa, contactar con la fuente y explicar los motivos del error. Si es verdadera, dar explicaciones.
2. Llevar a cabo acciones para mejorar el posicionamiento.
3. Crear un microsite que sirva a la empresa para responder a la crisis y dar respuestas oficiales sobre el tema.
4. Rectificar. El consumidor aprecia el reconocimiento del error.
5. No acudir a vías legales.
6. Invertir en una campaña pagada.

IMPORTANTE: los usuarios esperan que **la marca responda tan creativamente como sea posible**. No es lo mismo un corte de luz (crisis para una empresa energética) que un envenenamiento (crisis para una empresa alimenticia) o un *bug* en un videojuego (crisis para una empresa de entretenimiento).

Ejemplos

 **TheBestyChile**
@TheBestyChile



 **Follow**

@PedroLemebel Hola Pedro! Queremos incluirte en nuestro Club de Influyentes :) Escribe a hi@thebesty.com para enviarte la info!

 View translation



RETWEETS 12 FAVORITES 2



2:29 PM - 2 Jun 2015



Americanino
@americanino_cl



 **Seguir**

Mejor prenda en caso de emergencia: Jeans Skinny para ellos, High para ellas!
[#FuerzaNorteChile](#) [#FuerzaArica](#)
[#Fuerzalquique](#)

 Responder  Retwittear  Favorito  Más

RETWEETS 82 FAVORITOS 18





Daniel Jadue @danieljadue · 7h
 @EnelClientesCL Bellavista en comuna de Recoleta sin luz. Alguna información al respecto

6 50 29



Enel Distribución @EnelClientesCL · 7h
 ¡Hola! Favor indícanos tu Nombre, Apellido, Rut, teléfono y N° de cliente (o dirección y comuna) vía DM

6 43 9

Juan Luis retwitteó



Daniel Jadue @danieljadue

En respuesta a @EnelClientesCL

Soy el Alcalde de la comuna de Recoleta y está medio barrio Bellavista sin luz.

3:18 a. m. · 03 ago. 17

182 Retweets 181 Me gusta

Juan Luis retwitteó



Daniel Jadue @danieljadue

En respuesta a @EnelClientesCL

Soy el Alcalde de la comuna de Recoleta y está medio barrio Bellavista sin luz.

3:18 a. m. · 03 ago. 17

182 Retweets 181 Me gusta



Ministerio Energía @MinEnergia · 6h
 Respondiendo a @danieljadue y a @EnelClientesCL

Alcalde, notifique directo a SEC en caso de corte, así fiscalizamos que la empresa cumpla con las 2 horas para estar in situ (no soy un bot)

4 36 52



El Rancaguino

Electronic Arts y el caso de Jesús el golfista

- **2008:** La compañía de videojuegos Electronic Arts se encuentra con un vídeo viral en el que un usuario descubre un fallo de programación en el video juego deportivo TIGER WOODS PGA 2008. En este vídeo aparece Tiger Woods jugando sobre el agua, como si fuera Jesús.
- La respuesta de la compañía fue tomárselo por el lado divertido y grabar un vídeo con Tiger Woods en el que éste demuestra que realmente anda sobre las aguas y puede golpear una pelota sobre el mismo agua. El vídeo se convirtió en uno de los más virales de 2008.



#ManejoDeCrisis

Gillette Chile
Anuncios

Las bandas lubricantes de Gillette BODY te harán más ágil no solo en tu afeitada, también en tus citas. ¡Conócela!



Bastian Vidal Cornejo
Sirve para la pichula??
mié a la(s) 10:56 AM · Me gusta · 52 · Responder

Gillette Chile
¡Hola Bastian! ¿Cómo estás campeón? Te cuento que la Gillette Body ha sido diseñada para el terreno del hombre. Puedes afeitarte tu cuerpo, inclusive ahí abajo. Te comparto estas instrucciones super buenas para que lo hagas de manera segura. Ingresa en este link: <http://spr.ly/6183NS5T>. Luego me cuentas cómo te fue. ¡Saludos!

Pasos y Consejos para Afeitarse los Genitales | Gillette
gillette.com

Ben @TurnCruyff @adidasUK Ronaldo is better than Messi. 20h

adidas UK @adidasUK [Seguir](#)

@TurnCruyff are you sure?

Traducir del inglés



15-03-15 20:26

5.736 RETWEETS 3.628 FAVORITOS

#ManejoDeCrisis



Entel Chile @entel · 19 oct.

Nos encanta que la competencia se proyecte en nosotros.



325 907 1.488



WOM @womchile · 19 oct.

@entel Entonces proyéctate este video [youtube.com/watch?v=2gcfSl...](https://www.youtube.com/watch?v=2gcfSl...)

193 557 1.071



LasUltimas @lasultimas · 19 oct.

Nos vamos al descanso con el marcador WOM 2 - Entel 1
Ojalá no renuncie el DT de Entel, ni se filtren datos íntimos del equipo

11 81 316



WOM @womchile

Respondiendo a @lasultimas y a @entel



6:51 p. m. · 19 oct. 17



Conclusiones generales

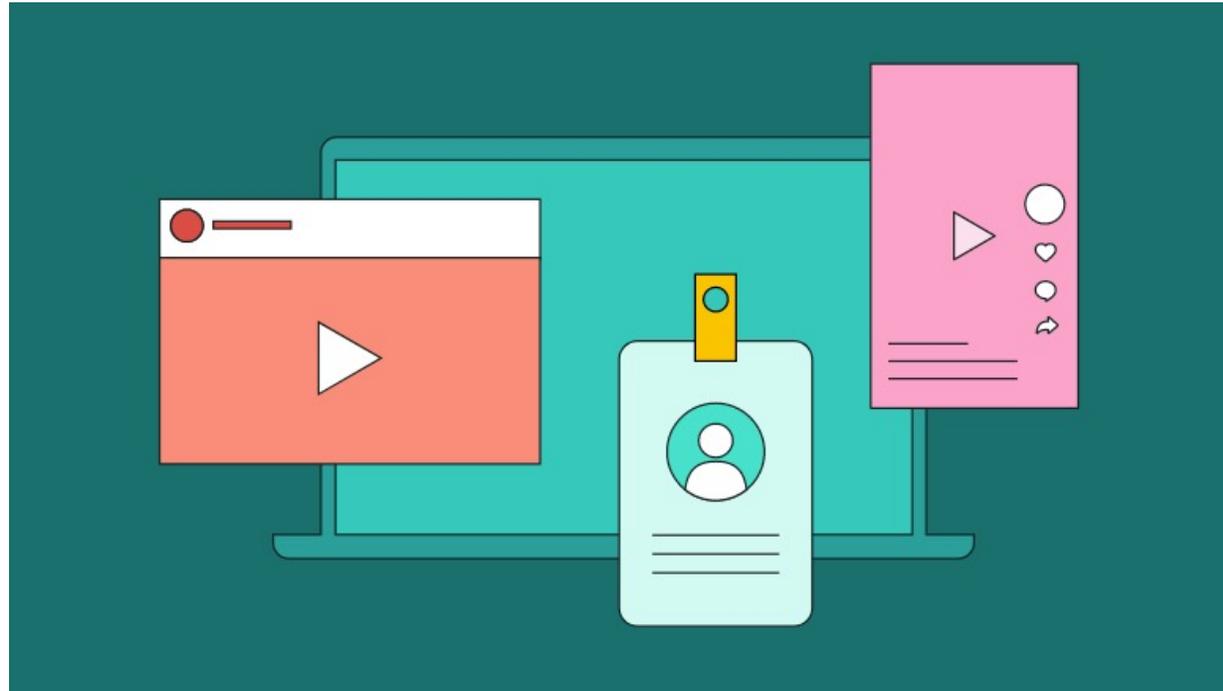
Claves para la gestión de redes sociales en marcas e instituciones

1. **El proceso evolutivo lleva a una complejización de la comunicación.** Nacen nuevos perfiles, llegan nuevos consumos y es necesario comunicar en nuevos formatos.
2. **La decisión de en qué perfiles/canales estar debe hacerse mediante un sentido de utilidad.** ¿En qué lugares puedo generar contenido regular, construir comunidades e interactuar con mis audiencias?
3. **La capacidad de escucha y de respuesta son claves para una gestión adecuada.** Saber qué contenidos funcionan mejor, qué están diciendo de mí y ser proactivos traerá buenos resultados.

Claves para aumentar el impacto y resultados de contenidos

- 1. Buscar los canales más adecuados para cada mensaje.** No es lo mismo generar contenido en LinkedIn que en TikTok.
- 2. Invertir en Social Media ADS cuando corresponda.** Un *fee* mensual y contenido patrocinado con claros objetivos de conversión permitirán ampliar impactos y resultados.
- 3. Romper la burbuja.** La gestión de prensa no ha perdido vigencia, pues si nuestro contenido se replica a través de líderes de opinión (medios de comunicación, *influencers* u otros) permitirá llegar a nuevas audiencias y, con ello, hacer crecer nuestras comunidades sociales.

Referencias principales



Bibliografía destacada

- **Apablaza-Campos, A., Codina, L., Pedraza-Jiménez, R. (2018a).** *Newsonomics in the Interactive Era: Dimensions of Sustainability in the News Media*. In: Pérez-Montoro, M. (eds) *Interaction in Digital News Media*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-96253-5_6
- **Apablaza Campos, Alexis.** *Social media live streaming (SMLS) in the digital news media*. *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, 2018, Vol. 35, p. 103-123, <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.175>
- **Bowles, N. (27 de octubre de 2018).** *Los tecnólogos de Silicon Valley no quieren que sus hijos usen los dispositivos que ellos fabrican*. Obtenido de The New York Times: <https://www.nytimes.com/es/2018/10/27/espanol/cultura/hijos-dispositivos-moviles-silicon-valley.html>
- **Cardona, L. (9 de agosto de 2020).** *Cómo desarrollar una estrategia de marketing en TikTok para tu empresa*. Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/como-desarrollar-una-estrategia-de-marketing-en-tiktok-para-tu-empresa>
- **Cera, R. (3 de diciembre de 2018).** *¿Se puede convertir una queja o un comentario negativo en algo positivo para nuestra reputación de marca?* Obtenido de PuroMarketing: <https://www.puromarketing.com/13/31316/puede-convertir-queja-comentario-negativo-algo-positivo-para-nuestra-reputacion-marca.html>



Bibliografía destacada

- **Codina L, Apablaza-Campos A. (2021).** *El Ecosistema de la web móvil en 2021: dimensiones significativas para comunicadores y comunicólogos.* Barcelona: Universitat Pompeu Fabra-BSM, Departamento de Comunicación, Máster en Información Digital. <http://hdl.handle.net/10230/47889>
- **Kutchera, J., García, H., & Fernández, A. (2014).** *Estrategia de Marketing Digital en 5 Pasos* (págs. 1-14). Ciudad de México: Editorial Patria.
- **Marta-Lazo, C, & Gabelas, J. A. (2016).** Comunicación digital: un modelo basado en el Factor R-elacional (pp. 70-86). Barcelona. España: Editorial UOC.
- **Munizaga, R. (2 de noviembre de 2020).** *Las 10 tendencias tecnológicas que marcarán a las empresas en 2021.* Obtenido de La Tercera: <https://laboratorio.latercera.com/laboratorio/noticia/tendencias-tecnologicas-2021/1016059/>
- **Núñez, Í. (25 de noviembre de 2020).** *Más allá de The Social Dilemma: ¿las redes sociales son una droga digital?* Obtenido de Player 8: <https://player8.org/redes-sociales-la-droga-digital/>
- **Ranchal, J. (12 de marzo de 2019).** *30 años de World Wide Web: una revolución que necesita reinventarse.* Obtenido de Muy Computer: <https://www.muycomputer.com/2019/03/12/30-anos-de-world-wide-web/>
- **Valls Arnau, M. (2016).** *Las redes sociales: herramienta de gestión empresarial.* Ugerman Editor, pp. 79-108.

Forma recomendada de citación

- Apablaza-Campos, Alexis (2023). *Redes sociales en 2023: claves para su gestión en marcas e instituciones*. Seminario Diálogos regionales – El problema es comunicacional. Rancagua: Diario El Rancagüino [60 diapositivas, presentación en pdf]. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7850089>