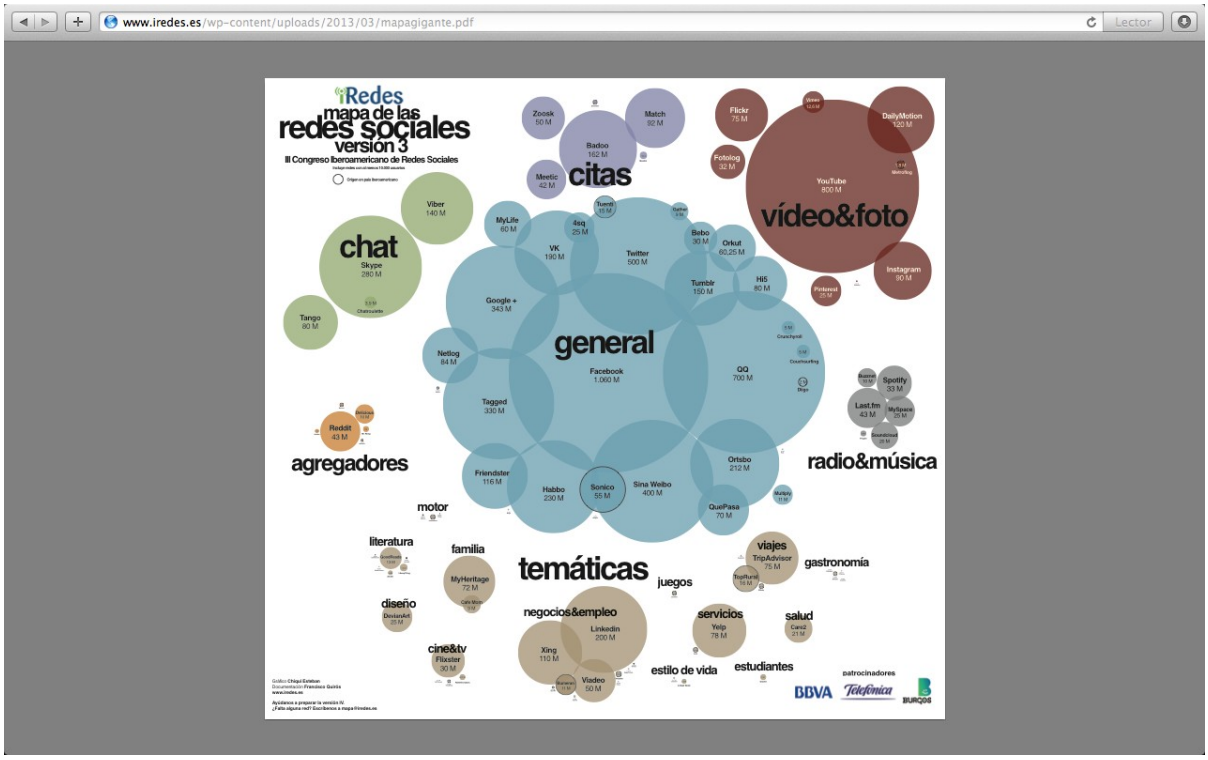
Redes sociales

Una máxima del universo social y que puede condicionar las redes elegidas para tener presencia online, es que una persona estará donde esté su red. Es decir, que detallamos en este manual las redes más conocidas y en las que tienen mayor presencia profesionales de la cultura, pero redes hay muchas y cada día aparecen más. Por eso importa más aprender a moverse en el universo 2.0 que saber el funcionamiento específico de cada red. Porque las redes irán cambiando, se modificará su funcionamiento o iremos estando en otras redes que aparezcan y mejoren las posibilidades de la relación social. No somos comerciales de ninguna red ni estamos prescribiendo unas redes en contra de otras, simplemente comentamos algunas de las redes que ahora mismo se están utilizando en mayor medida en nuestro sector y nos pueden servir para la difusión de nuestra marca personal. Quizás existen redes con las que podemos estar más de acuerdo en su política comercial o en sus condiciones de privacidad y queremos estar en ellas, pero si no están ahí los/las usuarios/as que nos interesan, nuestras posibilidades de relación, por tanto, serán menores.

Vamos a mencionar algunas de las herramientas que nos pueden servir para nuestra comunicación como profesionales de la cultura y algunas recomendaciones de uso y/o actividad desde el punto de vista de la comunicación. No nos detendremos en la explicación del funcionamiento técnico de cada herramienta ya que no es el objeto de este manual. No obstante, para saber más acerca del cómo funcionan distintas redes sociales, te recomendamos:

- 225 libros gratis para descargar de Social Media, Comunicación y Web 2.0.
- 30 manuales de uso para Twitter y 24 manuales para entender Facebook.
- Diccionario Marketing, publicidad y social media

En la imagen, el mapa de las redes sociales, versión 3 realizado por Iredes, disponible aquí:



Principios generales

Redes sociales

Antes de ir con las redes, nos parecía interesante comentar los principios generales de gestión de las redes sociales según Marketing Hoy :

1. **Principio de interacción**: relaciónate, responde lo que te planteen, dale valor a las opiniones de tu comunidad, apoya a tus contactos, etc. El diálogo genera confianza en la relación.
2. **Principio de selección**: elige tu círculo de interacción y los contenidos que compartes para no perder coherencia ni fidelidad de tu comunidad.
3. **Principio de la búsqueda**: si buscas a tus pares según tu perfil de interés, vincularás tu cuenta a esos intereses y por tanto, te seguirá gente que se vincule a ese mismo ámbito de interés y aumentará tu capacidad de influencia.
4. **Principio de calidad**: la calidad habla de la relación con el contenido que creas y distribuyes. A través de la interacción, profundizas en el conocimiento de los intereses de tu comunidad. Esto facilita tu creación de contenido de calidad, ya que será más valorado cuanto más en relación esté con las motivaciones de tus contactos.
5. **Principio de la automatización**: si automatizas tus publicaciones, perderás vinculación con tus contactos.
6. **Principio de la autorreferencia**: controlar lo que se comenta de los logros de uno/a mismo/a y procurar evitar compartir actos personales que aporten poco o nada de valor.
7. **Principio de la pertinencia**: estar en el momento oportuno con el contenido que la audiencia busca. (si de forma mayoritaria tu comunidad está comentando una catástrofe humanitaria, quizá no es buen momento para que tú compartas que has actualizado tu blog).
8. **Principio de la relevancia**: intenta aportar valor y utilidad a lo que compartas.
9. **Principio de la consideración**: no dejes sin responder una consulta.
10. **Principio de la diferenciación**: comunica lo que quieres decir de una manera distinta a como lo comunican otros. (advertencia, pero no intentes forzar el ser creativo/a o gracioso/a, el artificio se nota y no genera empatía)
11. **Principio de colaboración**: ser colaborador/a facilita que se te conozca y te hace ganar influencia.
12. **Principio de vigencia**: no dejes de responder para mañana lo que puedes responder hoy.
13. **Principio de entretenimiento**: comunica de manera atractiva, no seas monótono. Improvisa y sorprende.
14. **Principio de atracción**: llama la atención. Encontrar tu nivel de provocación preciso para atraer a tu audiencia es un desafío permanente. Si provocas mucho puedes generar rechazo, si lo haces poco, nadie te seguirá.
15. **Principio de la relación**: relaciona y potencia tus redes. Vincula tus sitios web y construye tu propio diseño de arquitectura 2.0.
16. **Principio de reputación**: sé consistente con lo que dices. No mientas o inventes por lograr influencia. Caer en la tentación de utilizar el sensacionalismo para generar impacto hipoteca tu credibilidad a largo plazo.
17. **Principio de la vinculación y pertenencia**: relaciónate con la gente que te interesa. Desarrolla contenido relevante para tus contactos. Vincúlate a grupos de tu campo de interés. Genera sentido de pertenencia.
18. **Principio de coherencia**: no te contradigas. Revisa lo que vas a publicar. Respeto y confianza a tus seguidores/as.
19. **Principio de empatía**: ponte en el lugar del otro. La empatía permite que generes contenido de alta demanda y aceptación para tu audiencia.
20. **Principio de la intuición**: no siempre planificar genera el mayor impacto en la red. Improvisar fruto de la experiencia puede ser más beneficioso. Navegar por la red aumenta la probabilidad de hallar contenido relevante.
21. **Principio de la innovación**: crea valor y adapta tu manera de comunicar a las tendencias de cada momento.

Notas sobre Netiqueta general en redes sociales:

Redes sociales

- Compartir conocimiento.
- Tener interés en comunicar.
- Escuchar activamente.
- Ser uno/a mismo/a.
- Generar valor.
- Citar la fuente o al/la autor/a de una obra.
- Internet facilita la cultura “collage”, utilizar obras de otros y dejar en ellas tu impronta, hacer derivaciones de otras creaciones (modificar fotos o vídeos, utilizar parte de un texto de alguien en uno tuyo, etc.), el valor creativo de esto es precisamente el reconocer que es una derivación. Otra cosa es apropiarse de una creación ajena (firmar un texto de otra persona como tuyo).

Se amplian notas sobre netiqueta específica en algunas de las redes que comentamos en los apartados dedicados a las redes sociales propiamente.

«Actividad subvencionada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte»