

REDES SOCIALES



ALUMNA: WENDY GONZÀLEZ LÒPEZ

PROFE: JOSÈ ALBERTO GONZÀLEZ ROMÀN

TRABAJO: REDES SOCIALES

MATERIA: TECNOLOGIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÒN

6TO CUATRIMESTRE

LICENCIATURA DISEÑO GRÀFICO



CONCEPTO

Las redes sociales son plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común. Las redes sociales permiten el contacto entre personas y funcionan como un medio para comunicarse e intercambiar información.

Los individuos no necesariamente se tienen que conocer antes de entrar en contacto a través de una red social, sino que pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales.

HISTORIA

La década del noventa se caracterizó por la aparición de la web (www), tecnología que facilitó el acceso de un gran número de personas a Internet.

En 2003 surgió Friendster, una red que permitía contactar a otros miembros y compartir contenido online con ellos (fotos, videos, links). Estuvo activa con gran presencia de usuarios hasta 2015. En 2003 también se creó LinkedIn, red social laboral para buscar, recomendar u ofrecer un trabajo.

Como respuesta ante la popularidad de Friendster surgió en 2003, MySpace. Creada por una agencia de marketing, esta red se dedicaba especialmente a la música y a la tecnología. Para 2009, MySpace era la red social con mayor tráfico de usuarios.

MySpace perdió la pulseada con la llegada y el auge de Facebook, que surgió en 2004 y tuvo gran popularidad debido a su plataforma, al creciente desarrollo de Internet y a la aparición de dispositivos móviles con conexión a la red. De hecho, en la primera década del siglo XXI surgieron algunas de las redes sociales con mayor cantidad de usuarios.

En 2005 surgió la plataforma de videos YouTube, que fue adquirida por Google en 2006. En 2006 apareció Twitter, red social de microblogging. En 2010 se creó Instagram, que permite compartir videos y fotos; y Pinterest, que permite a los usuarios crear tableros personales con imágenes, escritos y videos.

En 2011 se creó Snapchat, la red social que popularizó la mensajería efímera. Aunque tuvo una gran popularidad y fue una de las aplicaciones de mayor crecimiento, Snapchat quedó atrás de Facebook cuando esta empresa adquirió Instagram en 2012 y luego WhatsApp en 2014.

Uno de los últimos sucesos en las redes sociales es Tik-Tok, una plataforma de origen chino que permite crear y compartir videos. En 2018 se fusionó con Musical.ly y es una de las redes con el mayor flujo de usuarios jóvenes, disponible en 39 idiomas.

TIPOS DE REDES SOCIALES

Redes sociales horizontales o genéricas. Son aquellas redes sociales que no poseen una temática determinada, sino que apuntan a todo tipo de usuarios. Estas redes funcionan como medios de comunicación, información o entretenimiento. Son muy numerosas y populares

Redes sociales verticales. Son aquellas redes sociales que relacionan personas con intereses específicos en común, como música, hobbies, deportes. Las redes verticales profesionales, como LinkedIn, que involucra individuos que comparten el ámbito laboral o que buscan ampliar sus fronteras laborales

VENTAJAS

Son inmediatas. Las redes sociales funcionan en tiempo real. La información, los videos, las imágenes y las opiniones que se comparten en las redes suelen hacerse públicas y pueden ser conocidas por cualquier usuario de la red en casi cualquier punto del globo de manera inmediata.

Son masivas. Las redes sociales han derribado barreras culturales y etarias ya que llegan a una gran porción de la población.

Acortan distancias. Las redes sociales permiten comunicarse con amigos, familiares y cualquier usuario de la red sin importar la distancia geográfica.

Aumentan la visibilidad de las marcas. En los últimos años, la publicidad y la creación de perfiles corporativos y de marcas han hecho de las redes sociales un nuevo mercado. Permiten conectar compradores y vendedores de todas partes del mundo. Facilitan la atención al cliente.

Funcionan como un canal de aprendizaje, entretenimiento e información. Las redes sociales funcionan como medios para viralizar determinada información. Según el contenido en el que esté interesado el usuario, podrá aprender, entretenerse o informarse.

Permiten compartir información. Las redes permiten compartir archivos de manera instantánea y sencilla: documentos, música, fotografías, videos.

Brindan oportunidades laborales. Existen redes que permiten dar a conocer el perfil laboral de los usuarios. Algunas, como LinkedIn, se crearon con el objetivo específico de formar comunidades de profesionales. Allí, las empresas crean perfiles desde los que se ofrecen oportunidades laborales a las que los usuarios interesados pueden aplicar

DESVENTAJAS

El ciberacoso. Es uno de los principales riesgos de las redes sociales y ocurre cuando un individuo o grupo de individuos acosa u hostiga a otro mediante las redes sociales. Esto puede darse mediante insultos, viralización de información privada, entre otras formas. Se debe educar a los niños y niñas para que conozcan las consecuencias físicas y psicológicas que este tipo de prácticas puede provocar.

El grooming. Es uno de los mayores peligros dentro del ciberacoso. También llamado “engaño pederasta”, consiste en el acoso de adultos hacia menores de edad por medio de las redes sociales. El grooming es un delito penal y debe ser denunciado.

Las fake news. Es la información falsa o sin chequear que circula gracias al exceso de información que hay en Internet. Esto puede generar confusión en los usuarios y dificultad en la comprensión de los acontecimientos.

El acceso indiscriminado a contenidos sensibles. Existe en las redes contenido de tipo sexual o violento, que muchas veces resulta inadecuado, sobre todo para grupos sociales vulnerables como los niños.

El abuso en el uso de las redes sociales. El uso excesivo de redes sociales puede llevar a la pérdida de contacto con el mundo tangible y provocar adicción.

La viralización de información. Es la reproducción masiva de información. Puede ser un aspecto positivo cuando la información que se viraliza es de agrado para el individuo, pero puede ser negativo cuando se viraliza información confidencial o que daña de algún modo a un individuo al perderse su privacidad.

OBJETIVOS

Comunicar y compartir.

Mantener o establecer contacto

Informarse

Entretenerse

Vender/comprar

Comunidad virtual, son comunidades masivas que se extienden a lo largo del planeta.

Pueden ser utilizadas desde computadoras, tablets o dispositivos móviles.

Son de acceso gratuito, aunque muchas de ellas ofrecen mayores funcionalidades a cambio de un pago mensual o anual.

Brindan información en tiempo real.

Permiten a cada usuario crear un perfil dentro de la red.

EJEMPLOS



La primera pone en duda si la gente prefiere a un amigo o a una hamburguesa. Mediante una aplicación en Facebook, la marca te ofrecía un cupón por valor de una hamburguesa a cambio de eliminar amigos de tu perfil. Fue tan exitoso que Facebook cerró la aplicación pero ya había más de 200.000 personas "sacrificadas".

Whopper Sellout

La segunda campaña es Whopper Sellout, una campaña que te daban a elegir entre seguir siendo un verdadero fan de su página o ser desterrado de ella a cambio de una hamburguesa de la competencia, una Big Mac. Lograron reducir sus fans en 30.000 personas, pero se quedaron con los auténticos y optimizaron su perfil.

Campaña Twitter Jeep Puzzle

Se crearon más de 371 cuentas en twitter con imágenes diferentes. Los usuarios se tenían que hacer seguidores o followers de estas cuentas, de modo que, al aparecer los pequeños iconos de cada una de las imágenes en el apartado seguidores, se creaban una serie de puzzles de varios paisajes. Cuando un usuario consigue completar el puzzle sólo tiene que subir la imagen y acceder así a la posibilidad de adquirir un premio.

