

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

UD 5.3 REDES SOCIALES

TICD 22/23

FORMACIÓN DE PERSONAS ADULTAS / ACCESO ACFGs

Autor: Francisco Aldarias Raya




Fecha: 29/03/23

SUMARIO

1. ¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES?	4
1.1 Ventajas de las redes sociales	4
1.2 Desventajas de las redes sociales	5
2. ORIGEN, EVOLUCIÓN E HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES	6
2.1 Historia de las redes sociales	6
2.2 La Edad Media del social media	6
2.3 La gran expansión de las redes sociales y su fusión con las apps de mensajería	7
3. CLASIFICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES	7
3.1 Redes Sociales personales y/o temáticas	8
3.1.1 Redes sociales personales	8
3.1.2 Redes sociales y aplicaciones de Mensajería Instantánea	9
3.1.3 Redes Sociales de fotos e imágenes	10
3.1.4 Redes sociales de Vídeo	11
3.1.5 Redes sociales de Música	13
3.1.6 Redes sociales de Juegos / Gaming	14
3.1.7 Plataformas y redes sociales para ligar y relacionarse	15
3.2 Redes sociales para profesionales y empresas	16
3.2.1 Redes Sociales profesionales, networking y corporativas	16
3.2.2 Redes sociales de gestión empresarial	16
3.2.3 Plataformas de Micromedia (blog / microblogging)	18
3.2.4 Plataformas para alojar Documentos en la nube	18
3.2.5 Redes sociales de Social Shopping	20
3.2.6 Redes sociales de Nicho	20
4. REDES SOCIALES MÁS USADAS EN ESPAÑA	21
5. BIBLIOGRAFÍA	22

Nomenclatura

A lo largo de este tema se utilizarán distintos símbolos para distinguir elementos importantes dentro del contenido. Estos símbolos son:

[Importante][Atención][Interesante]

1. ¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES?

Las redes sociales son plataformas digitales en línea que permiten a los usuarios conectarse y comunicarse con otras personas en todo el mundo. Estas plataformas permiten a los usuarios crear un perfil personal, compartir información, fotos y videos, publicar actualizaciones de estado y comentar en las publicaciones de otros usuarios. Algunas redes sociales populares incluyen Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y YouTube. Estas plataformas pueden ser utilizadas para diversas actividades, como la socialización, la promoción de negocios, la educación y la creación de comunidades en línea.

Las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo, ...) y que permiten el contacto entre estos, con el objetivo de comunicarse e intercambiar información entre personas y/o empresas.

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.

Las redes sociales son, desde hace décadas, objeto de estudio de numerosas disciplinas. Alrededor de ellas se han generado teorías de diverso tipo que tratan de explicar su funcionamiento y han servido, además, de base para su desarrollo virtual.

Algunas teorías sobre redes sociales han sido concebidas y analizadas por diferentes disciplinas, como la popular teoría de los Seis grados de separación, un hito de las redes sociales en Internet.

Esta teoría sostiene que se puede acceder a cualquier persona del planeta en sólo seis "saltos", por medio de una cadena de conocidos las personas están relacionadas unas con otras a través de cinco intermediarios. Se basa en la idea de que el grupo de conocidos crece exponencialmente con los enlaces en cadena, y harían falta, únicamente, cinco de estos enlaces para cubrir la totalidad de la población mundial.

Con la implantación de los dispositivos móviles (smartphones, tablets, etc) han llegado las apps. La comunicación se ha vuelto incluso más efectiva, porque ya no es necesario acceder a ella a través de un ordenador, sino que está en nuestros bolsillos.

Otro factor clave para la transformación de las redes es la geolocalización, que ha abierto un mundo de posibilidades tanto a usuarios como a negocios.

1.1 Ventajas de las redes sociales

Entre las ventajas de las redes sociales destacan las siguientes:

- **Comunicación inmediata:** Las empresas pueden publicar, por ejemplo, sus contenidos de manera instantánea y ver poco después las reacciones de los usuarios.
- **Oportunidades laborales:** Las redes sociales pueden servir como trampolín para ofrecer

una carta de presentación atractiva. Esto, en vista que las compañías en la actualidad suelen investigar los perfiles de los candidatos para conocer más acerca de ellos.

- **Entretimiento:** Ofrecen información accesible a tiempo real y a la carta. Se puede elegir a quién seguir para mantenerse informado.
- **Denuncia social:** Las redes sociales sirven para sacar a la luz situaciones que en algunos medios tradicionales pueden pasar desapercibidas. Además, los usuarios se suelen unir ante estas causas, dándoles mayor visibilidad.
- **Compartir conocimientos:** Los cibernautas pueden agruparse para intercambiar información más detallada de lo que les interesa. Cuando se trata de acciones formativas o intereses comunes, esta opción es de gran ayuda.
- **Mejora la visibilidad de la marca:** La imagen es muy importante para las empresas. A través de Internet, los negocios pueden traspasar barreras y crear una marca reconocible en cualquier lugar del mundo.
- **Difusión de contenidos de la empresa:** Los contenidos son una parte esencial de la estrategia de negocio porque aumentan las visitas a la página de la firma y, por ende, también se incrementan los potenciales clientes.
- **Medir las acciones de marketing:** Se realiza una intervención, por ejemplo, una campaña de publicidad, y casi de manera inmediata se van conociendo las reacciones de los usuarios hacia esa acción.

1.2 Desventajas de las redes sociales

Con respecto a las desventajas, las principales que pueden encontrar los usuarios serían las siguientes:

Estafas en redes sociales: En ciertas ocasiones puede ocurrir que se creen perfiles falsos, ofertas de trabajo que no son reales, entre otros.

Configuración de privacidad: Se debe tener especial cuidado al publicar ciertos datos como la dirección de nuestra casa, si la gente se va de vacaciones o imágenes que con información privada.

Adicción a las redes sociales: Este problema puede afectar especialmente a jóvenes que viven pendientes de las redes sociales. Así, dejan a un lado sus obligaciones y se limitan a pasar el tiempo de manera indefinida en las plataformas digitales.

Recomendaciones de la Oficina de Seguridad del Internauta (OSI), respecto al uso de las redes sociales: <https://www.osi.es/es/redes-sociales>

2. ORIGEN, EVOLUCIÓN E HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES

Cuando hablamos de red social, lo que viene a la mente en primer lugar son sitios como Facebook, Twitter, LinkedIn o Instagram, típicos de la actualidad. Pero la idea, sin embargo, es mucho más antigua: en la sociología, por ejemplo, el concepto de red social se utiliza para analizar interacciones entre individuos, grupos, organizaciones o hasta sociedades enteras desde el final del siglo XIX.

2.1 Historia de las redes sociales

Fue en la década de **1990**, con internet disponible, que la idea de red social emigró también al mundo virtual. Se puede decir que surgen en 1995 con la creación de classmates.com, a manos del estadounidense Randy Conrads. Esta red social buscaba reunir excompañeros de colegio, o universidades. Al ver que el proyecto era exitoso, comenzaron a aparecer nuevas redes que pretendían reunir amigos.

Fue en el año **1997** cuando **SixDegrees.com** apareció como la “primera red social reconocida”, ofreciéndoles a sus usuarios la posibilidad de crear sus propios perfiles y listas de amigos.

Podemos decir que la edad dorada de las redes sociales no empezó hasta el año **2003**, fecha de lanzamiento de la red social **MySpace**, y también de las redes profesionales LinkedIn y Xing.

Un año más tarde, en el año **2004**, Google se lanzó a la piscina de las redes sociales y lanzó Orkut, una red que solo tuvo gran éxito en el mercado brasileño. 2004 también fue el año de creación de **Facebook**, que vio la luz en exclusiva para los estudiantes de la universidad americana de Harvard.

Dos años más tarde, en el **2006**, llegaba **Twitter** y **Facebook** finalmente abrió sus puertas a todos los usuarios impacientes por probar su red social.

La película del origen de Facebook, se llama la red social. Es del año 2010 y recomiendo verla. [https://es.wikipedia.org/wiki/The_Social_Network#:~:text=The%20Social%20Network%20\(conocida%20como,de%20Cine%20de%20Nueva%20York](https://es.wikipedia.org/wiki/The_Social_Network#:~:text=The%20Social%20Network%20(conocida%20como,de%20Cine%20de%20Nueva%20York)

2.2 La Edad Media del social media

La evidente decadencia de **MySpace**, una de las redes sociales pioneras en el mercado, se hizo notar tan solo dos años más tarde, en el 2008. En esas fechas, Facebook consiguió adelantar a la red social musical en número de visitantes únicos mensuales. La monstruosa creación de Mark Zuckerberg siguió imparable durante los últimos años de la primera década del siglo XXI, alcanzando los 600 millones de usuarios en el año 2011 y, más recientemente, superando la increíble cifra de los mil millones de usuarios activos a finales de 2012.

La evolución de los terminales móviles durante los últimos años, junto con la democratización de los precios y el acceso a altas velocidades de navegación móvil fueron dos de los principales motivos de la explosión en el uso de las redes sociales. Esto creó un vínculo instantáneo entre el usuario y la red, fomentando la verdadera esencia de alguna de estas redes sociales,

principalmente en los basados en contar historias, vivencias o noticias de una manera muy breve, como puede ser Twitter.

Y entonces el Universo de las Redes Sociales se volvió loco. Completamente loco.

2.3 La gran expansión de las redes sociales y su fusión con las apps de mensajería

A partir de 2013, el ritmo de generación de novedades dentro del sector de las redes sociales se hiperaceleró de tal manera, que a día de hoy es complicado resumir todo lo sucedido.

El símil más cercano a lo que sucedió entre 2013 y 2015 es el de una gigantesca batidora en la que las distintas plataformas giraban, chocaban y se mezclaban entre sí, de una manera tan sorprendente y caótica que los mismísimos usuarios se sorprendían casi cada semana ante las últimas novedades.

En poco tiempo, Facebook se twitterizó, Twitter se facebookizó, Facebook (otra vez) se pinterestizó y todas (todas, todas) comenzaron a parecerse cada vez más a las nuevas reinas del sector: las apps de mensajería, como WhatsApp, Line, WeChat o Telegram. De hecho, Facebook acabó adquiriendo WhatsApp en febrero de 2014 por un precio digamos... “premium” de 19.200 millones de dólares, dando el pistoletazo de salida a la edad dorada de las apps de mensajería.

En la actualidad, está bastante aceptado que las apps de mensajería como Whatsapp o Line forman parte del Universo de las Redes Sociales. De hecho, los estudios que analizan al detalle este sector en nuestro país, las incluyen junto al resto de plataformas sociales.

¿Los motivos? Cada vez más usuarios utilizan los grupos en estas apps como utilizarían Facebook: con un grupo de contactos, con el que pueden compartir contenidos de texto, vídeo, audio e imágenes, e interactuar de manera “social”. Evidentemente el formato es algo distinto al de las redes sociales clásicas pero el espíritu... es muy similar.

3. CLASIFICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

Categorizar las redes es todo un reto. No solo son numerosas, sino que a menudo ocupan varias competencias o tienen varias vertientes. Es el caso de Twitter, que en principio es una red personal donde la gente se expresa libremente. Sin embargo, para los marketeros es una excelente fuente de información y para los periodistas igual.

Todos hemos aceptado que LinkedIn es el territorio profesional por antonomasia. Sin embargo, resulta más sencillo entrar en contacto con otro profesional a través de Twitter. En Twitter es posible crear un **networking** menos protocolar y bastante más rápido que el que podríamos lograr en plataformas creadas para ese fin, como LinkedIn.

Networking, se usa habitualmente en el mundo de los negocios para hacer referencia a una actividad socioeconómica en la que profesionales y emprendedores se reúnen o contactan para formar relaciones empresariales, crear y desarrollar oportunidades de negocio, compartir información y buscar clientes potenciales.

Lo mismo pasa con Skype, por ejemplo, que en principio es una mensajería de carácter personal, pero multitud de empresas lo utilizan para su manejo interno. Es decir, no es sencillo clasificar una red social porque en ocasiones cumple características comunes a varias categorías.

Por lo general, las redes sociales se dividen en diferentes tipos, de acuerdo con el objetivo de los usuarios al crear un perfil, sin perder de vista que una misma red social puede ser de más de un tipo.

A continuación mostramos la clasificación más común.

3.1 Redes Sociales personales y/o temáticas.

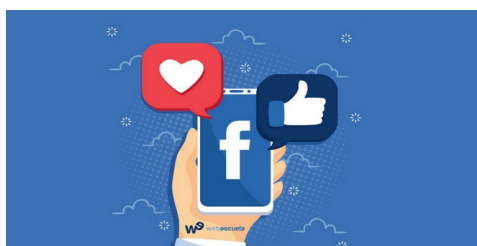
El primer bloque lo dedicaremos a redes más cotidianas como las personales, las de imagen y fotografía o las de vídeo. Haremos referencia también a otro tipo de comunidades, como los foros y el enorme torrente de comunicación que están generando las mensajerías instantáneas.

3.1.1 Redes sociales personales

Las redes sociales personales son las que más respetan la esencia de cuando fueron creadas. Pretenden tener un carácter más personal o humano, relacionan a amigos y familiares, a gente que se busca o quiere ser encontrada.

Algunas de estas redes tienen más éxito en unas regiones que en otras. Más allá de que funcionen en América, Europa o Asia, algunas funcionan sensiblemente más en un solo país. Es el caso de la antigua Orkut de Brasil, Hyves en Holanda o Sibir en Bulgaria.

Facebook: Con más de dos mil millones de usuarios, es la red más extendida de todas. Desde que se creara en 2004 no ha parado de crecer. Estados Unidos e India son los dos países que más usuarios aportan.



Hi5: Es una de las redes sociales personales más antiguas (pese a que sus usuarios han ido emigrando a nuevas redes), es muy popular entre los adolescentes de América Latina. Ha ido evolucionando a un sitio de juegos sociales.

Ello: Apareció en el 2014 y se anunciaba como la alternativa de Facebook. Fue creada como una

red social personal exclusiva. En principio solo se podía acceder con invitación.

Alcanzó mucha popularidad en su día.

Vkontakte: Es la red social personal más popular en Rusia, creada en 2006. Desde su creación es muy similar a Facebook, no solo en sus objetivos, sino en la interfaz.

My Space: Uno de los grandes clásicos en Internet. Aunque ha perdido mucha cuota de mercado, sigue siendo significativa.

Qzone: Es la red social personal principal de China. Pertenece a la misma compañía que QQ y funciona de modo similar a Facebook, y le sigue en número de usuarios. No exige identidades reales. La mayor parte de sus usuarios son chinos. Idioma: chino.

Friendster: Gana seguidores en Asia al mismo ritmo que los pierde en USA. En sus inicios era para encontrar amigos y ahora tiene una vertiente más de entertainment.

3.1.2 Redes sociales y aplicaciones de Mensajería Instantánea

Con el uso de los móviles, las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea están a la orden del día. No solo se han desarrollado miles de aplicaciones con este fin, sino que algunas de han convertido en auténticas reinas del mercado.

Hay algunas míticas que han resistido el paso del tiempo. Otras han quedado en el camino. A día de hoy basta echar un vistazo en Google Play o App Store para encontrarnos con multitud de estas aplicaciones de mensajería.

Telegram: Es el más fuerte competidor de WhatsApp en España. Además de los habituales grupos, en Telegram pueden crearse supergrupos, capaces de admitir a miles de personas con un sistema propio de administradores. Permite además la creación de canales, lo cual es una particularidad de esta app. Curiosamente, varios medios de prensa españoles utilizan esta mensajería. En varios momentos de crisis, WhatsApp se ha colapsado y ese es un riesgo que los periodistas no pueden asumir.



WhatsApp: Evolucionando en servicios a la par que crece en usuarios. En el último año creció más de 300 millones de usuarios, según datos de Hootsuite. Ha incorporado Stories y está respaldada por el trío que forma con Facebook e Instagram.



Facebook Messenger: Es la aplicación de mensajería de Facebook (1.300 millones de usuarios). Permite compartir localización, enviar notas de audio breves y hacer llamadas directamente. La pega es que prácticamente obliga a los usuarios de smartphones a descargarlo, pues se ha separado de la aplicación de Facebook.

WeChat: Con casi mil millones de usuarios, WeChat es una mensajería instantánea con muy buena acogida en el continente asiático. Tiene múltiples funcionalidades.

Viber: Esta cross-platforma desarrollada en Japón ha crecido mucho en el último año. Aunque lleva mucho tiempo en el mercado, en España no ha acabado de cuajar, a diferencia de otros países europeos como Inglaterra. Se le considera un servicio de telefonía IP, parecido a Skype, pero con menor calidad.

Airtime: Es hija de los creadores de Napster. Pensada para videochatear con amigos o desconocidos con intereses comunes. Eso sí, tenían que ser aceptados en sus “rooms” privados. Permite videollamadas grupales, compartir música y vídeos que se reproducen en la misma pantalla del móvil.

Line: Su particularidad de poder enviar stickers en lugar de los populares emoticonos. Está disponible tanto para móvil, como para PC y Mac. Otra de sus características es que cuenta con un gran catálogo de aplicaciones relacionadas, como son por ejemplo, juegos, tienda online, pegatinas, etc.

3.1.3 Redes Sociales de fotos e imágenes

Esta es una buena selección de las redes sociales de fotos, donde las imágenes son las protagonistas

Instagram: No para de crecer en popularidad y en usuarios, que ya son 800 millones. Las stories han catapultado a esta red social donde los usuarios se comunican a través de fotografías. Una buena colección de filtros embellecen las instantáneas de esta plataforma que conservan el aspecto de las antiguas cámaras Polaroid. Los hashtags funcionan muy bien en esta red.



Flickr: La red social de fotos profesionales de referencia ha sido comprada por Smugmug. Con dificultad, pero sobrevive gracias a que su perfil de usuario se resiste a la tendencia de los filtros y otras estrategias.

Pinterest: Otros de los templos de la imagen. Lo que empezó siendo una red social de fotos donde colgar tableros llenos de “cosas bonitas”, ha terminado siendo la plataforma perfecta para algunas marcas. Incluso a pesar de Instagram, muchos usuarios siguen encontrando inspiración en Pinterest. La plataforma, además, no deja de crear opciones tentadoras para las marcas anunciantes.

Snapchat: Frente al crecimiento de Instagram, están las caídas de Snapchat, que apenas rebasa ya los 255 millones de usuarios. Irónico, pues tanto Facebook como Instagram han adoptado las ideas diferenciadoras de esta red. El carácter efímero de sus stories y sus filtros animados han sido imitados hasta la saciedad. El éxito de los snaps dio paso a la popularidad de estas mismas ideas en otras plataformas.

Imgur: La popularidad lo es todo en las redes sociales de fotos. Quizá por eso le va tan bien a Imgur. Más allá de las imágenes, el éxito de esta comunidad se mueve alrededor de los GIFs. Los usuarios pueden compartir, comentar, votar. Además, con su generador de Meme Imgur pueden crearse memes sencillos.

Snapfish: Con bastante similitud a varias funciones de Flickr, pero posibilita al usuario una mejor organización de sus imágenes.

DeviantART: Los artistas tienen un espacio virtual en DeviantART. Sirve de mural a los artistas, que lo utilizan para mostrar sus obras y ver qué tal reacciona la comunidad artística.

No solo los fotógrafos aprovechan esta plataforma, también otros profesionales relacionados con las artes visuales y gráficas (diseñadores gráficos, pixel artists, artistas plásticos, pintores) En 2017, DeviantArt fue comprada por Wix.com.

3.1.4 Redes sociales de Vídeo

El vídeo está arrasando en las redes sociales. Más allá de del éxito de YouTube, por todos conocido, los vídeos en el resto de redes está teniendo un impacto muy grande. Los usuarios prefieren el contenido en vídeo mucho más que el texto y por encima de la imagen fija.

Este es un formato que resulta muy sencillo de consumir para los usuarios. Es fácil que mientras

el usuario esté deslizando por su feed, se quede enganchado en frente a un video atractivo.

YouTube: Es el peso pesado del vídeo en la red. Miles de personas suben sus vídeos a esta red que concentra música, tutoriales, reviews sobre libros o cualquier cosa que se te ocurra. Es el sitio donde más consultas se realizan por detrás del buscador de Google.



Vimeo: En su día fue el primer sitio de almacenamiento de vídeos de alta definición (1280×720 píxeles). Pese a no ser tan popular como YouTube, tiene muy buena reputación y muchos creadores de vídeo optan directamente por este canal.

TikTok. Cuando TikTok apareció en el mercado se entendió como el reemplazo natural de Musical.ly y heredó una inmensa comunidad de adolescentes que ya estaban muy enganchados a los videos cortos. Permite a sus usuarios la creación de vídeos breves a través de una buena combinación de sonidos y filtros muy versátiles.

A menudo basta con ajustar la velocidad y aportar una cuota de creatividad para crear un vídeo viral o con mucho éxito. Mantiene la función "dúo", que ya tenía mucho éxito en Musical.ly y que permite grabar un vídeo al lado del otro.

Esta red social no para de crecer y en poco tiempo se ha convertido en un gran competidor de grandes plataformas como YouTube e Instagram. Flixster: Esta red social de vídeo está más bien relacionada con el cine. Sus usuarios son amantes del séptimo arte, así que suelen utilizarlas para películas, comentarlas, e incluso, compartirlas. Permite entrar en contacto con otros enamorados del cine. Es propiedad de Warner Bros desde 2011.

Vevo: Desde junio de 2018 ha habido una transformación en Vevo, uno de los sitios habituales de video. Su condición de partner de YouTube, hace que mantenga su catálogo de vídeos musicales en el canal de streaming de Google. Es decir, Vevo sigue creando perfiles en Youtube. Sin embargo, prescinde de su propio sitio web y sus aplicaciones.

Dailymotion: Otra gran red social de vídeo, DailyMotion aloja una inmensa variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales. La renombrada plataforma también alberga contenidos amateur como videoblogs. Con sede en París, se especializa en cortometrajes de creación semiprofesional.

Gracias al software Audible Magic, ha desarrollado un sistema acústico del tipo de "huella dactilar" capaz de detectar videos con derechos de autor que automáticamente impide su

publicación.

3.1.5 Redes sociales de Música

Dice Stevie Wonder que la música es un lenguaje que todos entendemos. Eso debe ser lo mismo que piensan todos aquellos que se concentran en estas redes sociales:

Spotify: Esta aplicación sueca, a pesar de su juventud ya firmado ya acuerdos con discográficas como Universal Music o Sony BMG. Está disponible para los sistemas operativos Microsoft Windows, Mac OS X, Linux, Windows Phone, Symbian, iOS, Android y BlackBerry. Casi llega a un centenar de millones de suscriptores, cifra superada por todos aquellos que utilizan la cuenta gratuita. Imparable.



SoundCloud: Esta red social de música de origen alemán es el lugar de encuentro para usuarios que pueden colaborar, promocionar y distribuir sus proyectos musicales.

Proporciona canales a los músicos donde pueden distribuir su música. Cualquiera que esté escuchando puede comentar sobre la música que está escuchando. Está disponible para iPhone y para Android. Hay un montón de aplicaciones con las que puede funcionar.

Jamendo: Es una comunidad centrada en la música libre. Los artistas pueden subir su música gratuitamente y su público descargarla en las mismas condiciones. Toda la música en Jamendo está bajo licencias Creative Commons. Por otro lado, provee la donación voluntaria a los artistas que así lo desean. Tiene carácter internacional, su base está en Luxemburgo.

iTunes: El reproductor de medios y tienda de contenidos multimedia de Apple no podía faltar en esta lista. Reproduce, organiza y sincroniza iPods, iPhones, iPads. Desde iTunes se puede comprar música y es compatible con ordenadores basados varios sistemas operativos.

Shazam: Esta curiosa aplicación para telefonía móvil dispone de un servicio que permite la identificación de música de música que se esté reproduciendo. Gracias a la huella digital acústica que se forma a partir de la muestra, es posible compararla con una base de datos y encontrar coincidencias.

Napster: Considerada por algunos como la Rhapsody europea, es un servicio de distribución de archivos de música (en formato MP3). Fue la primera gran red P2P de intercambio y creció en popularidad allá por el año 2000. Ha estado expuesta a mucha controversia sobre todo desde la

demanda interpuesta por Lars Ulrich.

3.1.6 Redes sociales de Juegos / Gaming

Solo el tema de los juegos nos llevaría un post aparte. Los jugadores online son toda una comunidad y siempre han sabido agruparse. Aquí no estamos hablando de social gaming, sino de redes sociales específicas para este target tan peculiar.

Esta industria poderosísima mueve millones de euros cada año. El paso entre la pasión y la adicción en este sector es bastante corto en ocasiones. Estos usuarios pasan horas en sitios webs especializados retando a otros y a ellos mismos en una partida infinita.

Twitch: Es actualmente, red social de gaming que más crece en usuarios. Esta centrada en contenido relacionado con videojuegos y streaming de Youtubers reconocidos en este ámbito. Además, es común que sea utilizado para retransmitir campeonatos de videojuegos.



Discord. Es una de las aplicaciones de mensajería de texto, audio y video, que con más fuerza lleva irrumpiendo en los últimos años. Es gratuita y permite crear servidores con diferentes canales en los que chatear, y en ellos también se pueden reservar algunos canales específicos para conversaciones de voz.



Game duell: Esta comunidad de juegos multiplataforma tiene su sede en Berlín. Opera casi un centenar de juegos que sus más de 130 millones de usuarios pueden disputar en 7 idiomas. , Juego de arcade, cartas, acción... Game duell tiene juegos de cada categoría. Es creadora de Fluffy Birds, Maya Pyramid o Jungle Jewels.

Miniclip: Es una de las empresas más grandes de juegos online, ganadora de los Premios Webby.

NosPlay: Red social de juegos en castellano. En ella cada jugador cuenta con su perfil, donde mantiene organizado su catálogo de juegos, sus amigos, etc. pudiendo opinar sobre sus videojuegos y dar a conocer sus valoraciones al público.

3.1.7 Plataformas y redes sociales para ligar y relacionarse

Encontrarse ahora es más fácil que nunca. En tu smartphone puedes tener acceso miles de personas con ganas de contactar. Como veremos, todas estas redes sociales para ligar no son idénticas aunque coincidan en su objetivo principal. Cada una va destinada a un perfil determinado.

Tinder: Toda una referencia en el sector. Con millones de perfiles aceptados, esta red social para ligar tiene una buena cuota del mercado del “amor”. Disponible en para Android e iOS. Puede descargarse gratuitamente en Google Play y en la App Store, más de 20 idiomas. Slogan: Desliza, coincide, chatea.

Su función Fotos inteligentes (Smart photos) reordena las imágenes del usuario para mostrar en primer lugar las más populares.

Meetic: Es el resultado de haber comprado Match en 2009. Aquí la cosa va por “flechazos”, que te permiten acceder a un chat privado. No es de uso gratuito y está orientado a los solteros como target. Lleva casi dos décadas en activo.

Meet my dog: Si no tienes perro no sabrás la cantidad de gente que puedes conocer a la hora del

paseo. La sola razón de tener un perro crea un lazo con el resto de dueños. Este sentimiento “solidario” lo aprovecha “Meet my Dog” para poner en contacto a sus usuarios.

Grindr: Esta red social para ligar está orientada a la comunidad gay. Tiene cuenta free y de pago, que es más completa, con más servicios. Es una app geosocial y goza de mucha popularidad.

3.2 Redes sociales para profesionales y empresas

Vamos a pasar ahora a ver un conjunto de plataformas más enfocadas a los profesionales, la gestión de empresas y la organización. Te ayudarán a tener una visión más global de cómo integrar estas herramientas a tu vida personal o profesional.

3.2.1 Redes Sociales profesionales, networking y corporativas

Cuando hablamos de redes sociales profesionales enseguida se nos viene a la mente LinkedIn. Es normal, sus miembros activos crecen de millón en millón y se ha extendido incluso a personas con muy poco manejo de herramientas informáticas.

Pero no es el único buen ejemplo de redes sociales corporativas que conectan profesionales en la red, facilitando un networking virtual que a menudo genera buenas oportunidades de negocio.

LinkedIn: Es la red social profesional más potente a nivel mundial. Ha sabido ganarse la confianza de usuarios y empresas. Aquí se reúnen personas en búsqueda activa de empleo y empresas que buscan profesionales y clientes.

Womenalia: Las mujeres profesionales se agrupan en esta red social de carácter mundial. El networking se construye a partir de sus perfiles, intereses y necesidades afines. Con el objetivo común de aumentar la visibilidad del talento femenino en el terreno empresarial, Womenalia es todo un referente.

Github: Una plataforma creada para facilitar el desarrollo colaborativo de software. Permite alojar proyectos de manera gratuita y por lo general de forma pública. No obstante, con la opción de pago también pueden alojarse proyectos en modo privado.

AngelList: Es una red social corporativa que conecta a startups e inversionistas. Esta red social se ha convertido en un referente del sector. Puedes registrarte bajo un perfil de inversor, startup o profesional. Dispone de algunas herramientas que la acercan al crowdfunding.

3.2.2 Redes sociales de gestión empresarial

Existe un buen conjunto de plataformas que las empresas aprovechan para su comunicación interna. En vez de seguidores o seguidos, en estas redes de trabajo hay miembros que interactúan ahorrando tiempo y centralizando la comunicación.

La mayoría de estos softwares permiten mantener conversaciones privadas, establecer canales públicos y privados o compartir archivos. Resultan francamente útiles tanto para empresas como para profesionales freelance o autónomos.

Skype: De las opciones más extendidas a nivel internacional. Su sencillez, su interfaz limpia, la comodidad de su uso han conseguido que esté en todos nuestros ordenadores y dispositivos móviles. Este software de comunicación está disponible en 45 idiomas diferentes. Su herramienta "Skype for Business" está orientada directamente a las empresas.



Zoom: Es una plataforma online que permite realizar video-llamadas en alta definición, con la funcionalidad de compartir escritorio, pizarra, chat, grabar la conferencia, compartir documentos, y poder acceder desde cualquier lugar ya que está disponible para dispositivos móviles.



Trello: Es un software de administración de proyectos con interfaz web. Emplea un sistema kanban o "sistema de tarjetas", para el registro de actividades con tarjetas virtuales. Desde este tablero virtual se organizan tareas, permite adjuntar archivos, etiquetar eventos, agregar comentarios, etiquetar miembros, etc. Muy efectivo y fácil de utilizar.

Twilio: Es la tecnología que detrás de servicios como Airbnb y Uber. Es el soporte que permite que empresas y clientes se comuniquen. Así lo hacen los huéspedes y anfitriones que se comunican a través de Airbnb. Permite cosas tan esenciales como verificar su número de teléfono.

Slack: Esta mensajería en real time facilita la gestión de grupos de trabajo. Facilita la creación de grupos de trabajo entre un número ilimitado de miembros, desde donde pueden comunicarse y trabajar en conjunto. Es gratis, aunque dispone de versiones de pago. Se integra con otras herramientas como Dropbox, Twitter, Google Drive o Trello.

Dialpad: Diseñada para que las empresas más innovadoras conecten a todos los niveles. Su teclado de marcación se integra con Microsoft Office 365, Google Apps for Work o Salesforce. Entre sus clientes figuran empresas como Netflix o Motorola.

3.2.3 Plataformas de Micromedia (blog / microblogging)

“Less is more”, o como se diría en español “Menos es más”. Quizá por eso las plataformas de microblogging tienen tanto encanto. En este campo, Twitter es el mayor exponente.

Twitter: Si bien sus míticos 140 caracteres se han duplicado, Twitter sigue siendo la red de microblogging de referencia. Su muerte ha sido más que anunciada, pero lo cierto es que millones de usuarios siguen dándole vida a los hashtags en una red que refleja la actualidad como ninguna otra. Es una red fundamental para los marketers, los periodistas digitales y para casi cualquier sector.



Tumblr: Fácil de utilizar y muy personalizable. Permite rebloguear contenido de otros usuarios. Va camino de los 800 millones de usuarios y no deja de crecer. Si bien el público de Facebook o Twitter se va considerando “mayor”, la comunidad Tumblr es totalmente millennial.

3.2.4 Plataformas para alojar Documentos en la nube

Qué duda cabe de que el acceso a la información es uno de los grandes pilares de internet. Más allá de la rapidez, la posibilidad de acceder a un buen número de datos con un par de clicks es lo que marca la diferencia.

Nubes llenas de información, de archivos, de espacio donde almacenar y tomar lo que necesitamos.

Tanto a nivel personal como profesional, cada día accedemos a un buen número de documentos, imágenes, videos, audios almacenados en clouds. Desde “cajas” hasta auténticas bibliotecas virtuales a disposición de todos:

Google Drive: Google Drive es un servicio de alojamiento de archivos de Google. Es el resultado mejorado de lo que un día fue Google Docs. Es empleado por multitud de usuarios. De uso general para casi todos los profesionales a la espera de qué pasará con Google One.



Microsoft OneDrive. Guarda tus fotos y archivos en OneDrive, y accede a ellos desde cualquier dispositivo y lugar. Es un servicios de pago.

Dropbox: Permite el almacenamiento de archivos en Internet, sincronizarlo entre varios dispositivos, compartirlos con amigos. Muy útil para equipos de trabajo, pues es muy sencillo acceder a su almacenamiento.

Scribd: Este es ya una referencia a la hora de encontrar ensayos, libros, monografías e información en general. Los documentos son compartidos en diversos formatos.

Scribd utiliza formato iPaper, que es un formato de documento rico similar al PDF construido para la web, que permite a los usuarios incrustar documentos en una página web.

Prezi: Su interfaz gráfica con zoom te permite una mejor visión de la zona de presentación. Funciona como una herramienta de presentación para el intercambio de ideas. Los elementos de texto, imagen o vídeo se colocan sobre el lienzo, pudiendo agruparse en marcos.

Slideshare: Es la red de las presentaciones (diapositivas /slides) por excelencia.

Proyecto Gutenberg (PG): Toda una biblioteca digital, un extenso catálogo de libros electrónicos

gratuitos a partir de libros que ya existen físicamente. De lectura gratuita. Compatible con Kindle, EPUB, ASCII, UTF-8. También pueden leerse online. Los textos que se proporcionan son principalmente de dominio público.

3.2.5 Redes sociales de Social Shopping

Nuestra forma de comprar y vender a cambiado. Las caras del comercio electrónicos son muchas y los artículos de nicho han encontrado un fabuloso espacio en la red.

Con la autoridad que han ido cobrando los consumidores, han surgido diversas plataformas de ventas que hay que tener muy en cuenta.

Amazon. La compañía, con sede en Seattle (Washington) es un líder global en el comercio electrónico. Desde que Jeff Bezos lanzó Amazon.com en 1995, se ha hecho un progreso significativo en la oferta, en los sitios web y en la red internacional de distribución y servicio al cliente.

Wallapop: Este website se dedica a la compra y venta de productos de segunda mano entre usuarios. Está centrado en el uso de dispositivos móviles a través de su app. Emplea la geolocalización para que los usuarios puedan comprar y vender en función de su proximidad geográfica.

Ebay es un sitio destinado a la subasta y comercio electrónico de productos a través de internet. Es uno de los pioneros en este tipo de transacciones, habiendo sido fundado el 3 de septiembre de 1995. Desde 2002 hasta 2015 eBay fue propietario de PayPal.

Aliexpres. Esta plataforma con sede en China, muestra productos de varios vendedores de todo el mundo -tal como lo hace Amazon- y es una gran alternativa para encontrar proveedores que ofrezcan productos a precios económicos y con opciones de envío flexibles para cualquier persona, incluso un emprendedor.

Shein. Shein es una tienda online china cuya característica principal o diferencial es que los productos que encontraremos son muy baratos. Precios bajísimos en comparación con otras tiendas online o con tiendas físicas que ofrecen los mismos productos.

Paypal. Es un servicio de pago en línea, también llamado pasarela de pago o agregador de pago, que usa internet. Funciona como un puente, ejemplificando sería algo así: una persona envía dinero a otra o a una empresa sin tener sus datos como número de tarjeta o contraseña o el correo electrónico que utiliza en PayPal. Se utiliza el email para el envío de dinero.

3.2.6 Redes sociales de Nicho

Además de todas estas redes sociales que hemos ido categorizando, hay todo un montón de redes que tienen temáticas muy específicas. Podría decirse que por cada afición hay un buen montón de redes sociales y plataformas de encuentro.

Podemos encontrar redes en casi todos los sectores:

- **Redes sociales de viajes:** A los viajeros siempre les ha gustado compartir sus experiencias. Estas redes y plataformas vinculadas a los viajes o el turismo en general se han convertido en un medio excepcional donde contar sus propias historias. Ejemplos: Booking, Airbnb, TripAdvisor, Homeexchange, ...

- **Redes sociales relevantes sobre Moda:** Estas redes sociales reúnen a todo el universo fashion. Algunas como 21Buttons están claramente orientadas a la venta. Casi todas las influencers y bloggers del mundo de la moda tienen un perfil en esta red.

Normalmente comparten fotos con un outfit determinado y a través de la aplicación puedes saber dónde comprar cada elemento del outfit.

- **Redes sociales de deporte y bienestar:** Los amantes del running, el deporte en general y la buena forma física también tienen su espacio en la red. Ejemplos: Fitbit, Strava, Runtastic, ...

4. REDES SOCIALES MÁS USADAS EN ESPAÑA

Pocas personas imaginaban que las redes sociales tendrían un impacto tan grande como lo poseen hoy. Pero el deseo de conectarse con otras personas desde cualquier lugar del mundo ha hecho que las personas y las organizaciones estén cada vez más inmersas en las redes sociales.

En este contexto, las empresas también han visto la posibilidad de comunicarse con su público objetivo de forma más intensa, estando presentes en las redes sociales.

Antes de conocer cuáles son las redes sociales más usadas, vamos a hacer un recuento de usuarios activos en estos canales. Según el informe de análisis digital elaborado por We Are Social y Hootsuite, en enero de 2020 éramos 3.8 billones de usuarios activos a nivel global: un 9,2% más que en enero de 2019. De esos, 470,5 millones pertenecen a Europa.

Si nos centramos en España, según el informe anual de IAB con Elogia del 2019, somos 25,5 millones los españoles de entre 16 y 65 años que utilizamos RRSS, el 85% del total de los internautas.

Pero, ¿cuáles son las redes sociales más utilizadas en España?

A continuación, mostramos la gráfica con las **redes sociales más utilizadas este 2022 en España** con varios puntos destacables del estudio:

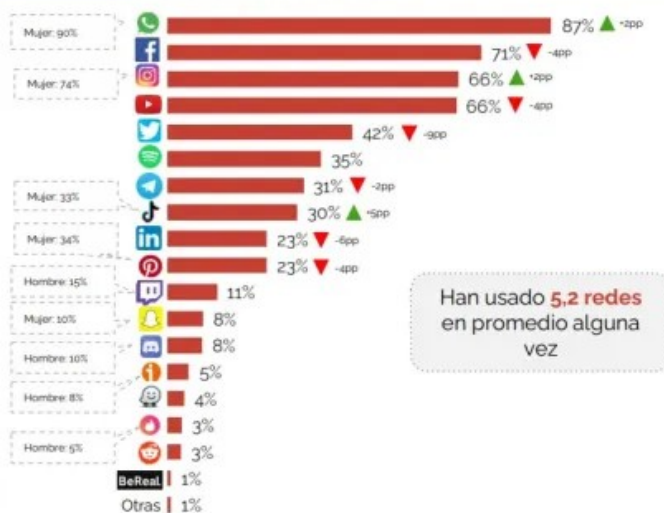
WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube y Twitter lideran el uso de Redes Sociales en España.

- **Instagram (66%) y TikTok (25%)** son las que más crecen este año.
- Facebook e Instagram siguen siendo las RRSS más utilizadas por los profesionales de la industria digital en sus campañas publicitarias.
- 1 de cada 2 usuarios sigue a un influencer en RRSS y un 32% las utiliza mucho o bastante para seguir a marcas. En lo que se refiere a publicidad, a un 26% le gusta ver anuncios con

contenido afín a sus intereses.

Uso redes | Alguna vez

iab espana
#IABEstudioRRSS



- **Whatsapp** se mantiene como la **red social con más usuarios**, seguida de **Facebook e Instagram** (que **crece** vs 2021 (64%) y 2020 (59%) y consigue igualar a Youtube).
- **TikTok** es la red que **más crece en usuarios** (+5pp vs 2021 (25%) y +13pp vs. 2020 (16%)).
- Actualmente, los usuarios utilizan 5,2 redes en promedio. Sin diferencias significativas respecto al 2021 (5,4 redes).

Estudio Anual Redes Sociales 2022

PATROCINADO POR:

epsilon

• ¿Cuáles/ de las siguientes utilizas/vistas?

Diferencias con 2021

Base usuarios RRSS: 887

ELABORADO POR:

elogia

5. BIBLIOGRAFÍA

- <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>"Redes Sociales". Autor: María Estela Raffino. De: Argentina. Para: Concepto.de. Disponible en: <https://concepto.de/redes-sociales/#ixzz6Eht0D2wE>
- <https://aulacm.com/redes-sociales-mas-importantes/>
- <https://mkparadise.com/redes-sociales-mas-utilizadas>
- <https://blog.elogia.net/estudio-anual-redes-sociales-2019-iab-elogia>
- <https://skynet-sys.es/cuales-son-las-redes-sociales-mas-utilizadas-en-espana-en-2022/>
- <https://www.osi.es/es/actualidad/blog/2019/03/20/consideraciones-tener-en-cuenta-al-publicar-en-redes-sociales>