



# La información nunca sobra

## Usos y sentido de las redes sociales

*Twitter, Facebook y LinkedIn son tres de las redes sociales más populares en la actualidad. Cada una a su manera, ofrece a la persona o empresa la posibilidad de crecer en niveles de popularidad, según sus propios parámetros. De qué se trata y cómo sacarle provecho a su uso.*

**i** Está usted confundido con todo lo que escucha a diario sobre las redes sociales y su aplicación en el campo de la promoción empresarial y en los negocios? ¿Propuso o tiene su empresa alguna forma de presencia en este abundante mundo, pero todavía no logra comprender el sentido de hacerlo? ¿Le parece que las redes sociales son bastante parecidas entre sí? O peor, ¿no se parecen en nada y no entiende el concepto de interoperabilidad? No se preocupe: usted no es la única persona que está pasando por esto.

Lo cierto es que todo lo que se escribe y se dice a diario sobre las redes sociales puede ser confuso y aturridor, por lo que para sobrevivir a ello, la mejor recomendación es abrir la mente y enfriar la razón, para así poder seleccionar la mejor información, que en última instancia es aquella que puede aplicar en su entorno personal o de negocios.

Si de algo le sirve, quiero contarle que todos los días me pregunto para qué sirven las redes sociales y, en muchas ocasiones, no entiendo lo que veo en Twitter, Facebook o LinkedIn. De nuevo, no se preocupe: usted no es el único que se confunde.

Pensemos entonces en que usted está iniciando su negocio y quiere montarse en la ola de los social media y, como dijimos al principio, no sabe cómo hacerlo o no le encuentra el verdadero sentido. Pues bien, acá vamos a hablar brevemente de Twitter, Facebook y LinkedIn, las tres redes sociales a las que les dediqué algo de tiempo y de las que, poco a poco, fui comprendiendo sus mecanismos de



**Julián Arcila**

Director de Desarrollo de Negocios de Signalis Group - [signalisgrp@gmail.com](mailto:signalisgrp@gmail.com)

funcionamiento. Quiero aclarar que solo comentaré dichos servicios, pues cada una de estas páginas ([www.twitter.com](http://www.twitter.com), [www.facebook.com](http://www.facebook.com), [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)) podría por sí sola generar ríos y ríos de información.



### CONCISIÓN Y EXIGENCIA

Twitter es una red social bastante selectiva. No es que uno deba tener un atributo especial o ser espectacularmente bello (como en [www.beautifulpeople.com](http://www.beautifulpeople.com)) para ser aceptado. Tampoco es cierto que tenga que ser una estrella o alguien famoso para twitear o tuitear, tal como se le dice al hecho de publicar mensajes a través de esta red, pero lo que sí recomiendo es que ponga cabeza y ofrezca algo si su objetivo es ganar seguidores para usted o su empresa.

Es cierto: en Twitter puede decir que se está bañando o que se prepara para ir al cine, pero lo que sus seguidores esperan es que les dé algo que les sirva. Esos tweets le arrancarán una sonrisa o comentario a algún amigo, pero no le darán seguidores. A menos que quien lo siga sea una persona obsesiva o acosadora.

Otro detalle: si está abriendo una cuenta de Twitter para su empresa, puede empezar invitando a sus amigos y parientes para ir expandiendo su mensaje, pero si lo que

quiere es tener seguidores de calidad, no sea tacaño y esto incluye no solo promociones, sino también información y buenas ideas. Piense quién es su seguidor, a quién quiere usted tener leyendo sus tweets. Ahí ya tendrá una idea de lo que debe publicar y de los recursos que debe compartir por esta red para empezar a tener influencia.

En mi opinión, Twitter es la red que mejor refleja la influencia que usted o su empresa tienen sobre un grupo de personas o mercado potencial. Si usted quiere que su empresa adquiera renombre, comience a seguir personas de influencia, a retweetear (republicar lo que otro ya dijo), a ofrecer información de actualidad que pueda serle de utilidad a otra persona. Esto genera frutos. Empiece a emitir opiniones, pues las palabras que elija para sus tweets llegan a potenciales seguidores y personas interesadas en dichos temas, lo cual abre una puerta para que más personas lo sigan.

*Para hacer buen uso de las redes sociales es necesario saber filtrar la información poco útil, seleccionando solo lo que podría aplicar de manera satisfactoria en su vida o negocio.*

### facebook

#### LA FASCINACIÓN DE LAS MASAS

Facebook es, quizás, una de las herramientas de relaciones públicas más útiles en la actualidad. Es una herramienta para conectarse con gente influyente que, además, ofrece una gran ventaja: es gratis. El común de la gente utiliza Face-



<http://www.facebook.com/negociosdeseguridad>

<http://twitter.com/noticiasrnds>





book para conectarse con amigos de la infancia o con los amigos del momento. Sin embargo, el hecho de poder buscar gente y solicitarles ser su amigo sin las restricciones de LinkedIn, se convierte en una magnífica oportunidad para abrir su horizonte de contactos de renombre. Debo ser honesto: no sé que tanto las personalidades o gente importante que tienen una cuenta en Facebook la utilizan más allá que para emitir una comunicación unidireccional, así que quizás conseguir respuestas cuando usted envía un mensaje puede ser algo complicado.

Otro elemento complejo de Facebook es lograr que sus amigos comenten sus publicaciones. Mi experiencia me dice que sólo lo van a hacer si usted es realmente una persona influyente en ese círculo, así que habría que pensar en cómo su empresa, y en este caso usted, puede ser influyente para el círculo que planea impactar. La creatividad aquí es fundamental, pero la clave está en conocer a sus amigos, su mercado, saber qué es lo que hacen y qué

pueden estar buscando.

Facebook puede ser una gran herramienta para implementar una campaña inteligente de relaciones públicas, segmentada por públicos de interés. De este modo, puede asegurarse de que está captando la atención de personas que pueden ayudarle a replicar sus mensajes, sin pasar por los medios tradicionales de información.

Otro elemento para tener en cuenta con Facebook es la dificultad para saber en realidad quién es la persona a la que puede agregar. Pero como en todo, se puede ser selectivo y construir una red de personas realmente influyentes.

## LinkedIn

### LA GRAN RED DE LAS OPORTUNIDADES

LinkedIn es una aplicación que tiene un franco ascenso. Desde la oferta de empleo, la red introduce constantes mejoras y actualmente ofrece, inclusive, la posibilidad de

microblogging al estilo Twitter.

Desde el punto de vista profesional, LinkedIn permite encontrar clientes para un producto o servicio, pero lo complejo es que solo se puede establecer (en teoría) contacto con personas con las que se ha estado relacionado por alguna razón. LinkedIn es muy interesante cuando se participó de ferias y exposiciones, pues puede buscar a las personas por su correo electrónico y empezar a mantener contacto con ellas.

Como empresa, LinkedIn ofrece la posibilidad de crear perfiles para empresas, vincular los empleados dentro de la red y publicarla para ganar seguidores. Como todo, hay que ser cuidadoso, pues no querrá afectar su reputación personal ni profesional.

LinkedIn es una interesante herramienta para crecer dentro del negocio. Consejo: preste siempre atención a los contenidos de noticias. La red analiza su perfil y le entrega contenidos hechos a su medida. La información nunca sobra. ■

## NO DEJE LA TECNOLOGÍA, PERO APUESTE AL PAPEL

Umberto Eco, filósofo y escritor italiano (1)

Actualmente, es común escuchar debates acerca de si las publicaciones electrónicas de libros y revistas desplazarían a las publicaciones tradicionales, pero ya tenemos pruebas de que el papel impreso tendrá una larga vida.

Defender la idea de un futuro largo para las publicaciones electrónicas no significa negar que ciertas obras son más fáciles de cargar en una tableta o un smartphone, o que las personas que padecen de hipermetropía encuentran más fácil leer un artículo en un aparato electrónico que les permite aumentar el tamaño de la fuente del texto a voluntad, o que nuestros hijos podrían evitar dañarse la columna vertebral si no tuvieran que cargar mochilas escolares pesadas.

Testimonios en papel en formato impreso, editados hace más de 500 años, se encuentran aún en excelentes condiciones, así como pergaminos que han sobrevivido durante 2.000 años. En contraste, no tenemos prueba de que un medio electrónico pueda persistir en la misma forma. En 30 años, el "floppy" fue reemplazado por un disco más pequeño con una cubierta rígida, que a su vez fue reemplazado por el CD, que fue desplazado por la memoria USB. Ninguna computadora es construida hoy para leer un disco de los años 80, así que no sabemos si lo que fue escrito en un determinado disco hubiera durado 25 años.

Es mejor anotar nuestras memorias en papel.

Además, hay una gran diferencia entre la experiencia de sostener y hojear una publicación leída hace años, descubrir los pasajes subrayados y las notas que uno hizo y la de leer la misma obra en la pantalla de una computadora. Incluso si admitimos que aquellos que sienten placer en tales cosas son una minoría, siempre habrá entusiastas para mantener un próspero mercado de impresos.

Finalmente, debemos recordar que, a lo largo del tiempo, ha habido incontables ejemplos de innovaciones populares que amenazaron con reemplazar a sus predecesores, pero no lo lograron.

La fotografía no ha dado por resultado el fin de la pintura (quizá ha desalentado los paisajes y retratos y alentado el arte abstracto). La cinematografía no ha causado la muerte de la fotografía, la televisión no ha matado al cine y los trenes coexisten con los autos y los aviones. Así que, quizá, tenemos una diarquía: leer en papel y leer en pantallas, lo cual podría llevar a un incremento astronómico en el número de gente que aprenda a leer. Y eso, ciertamente, es progreso.

(1) Fuente: Diario Clarín



<http://www.youtube.com/negociosdeseguridad>

<http://www.linkedin.com/company/negocios-de-seguridad/>

