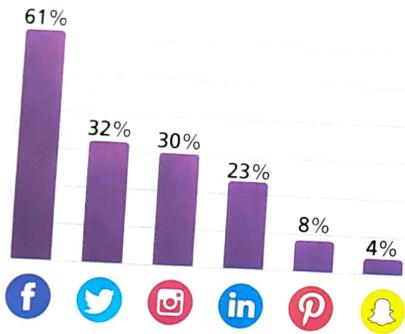


## Analiza y conoce

La siguiente tabla muestra el resultado de una encuesta realizada, por un portal de estadísticas, a diferentes empresas, en la que se buscaba determinar la mejor red social para anunciar publicidad.

¿Cuáles son las mejores redes sociales para anunciarse?



Fuente  
Social Fresh, Firebrand Group, Simply Measured

¿Crees que las redes sociales son efectivas para difundir información?



Internet ha facilitado que una ancestral forma de comunicación, el voz a voz, se actualice, asumiendo la forma de redes sociales: las personas que se encuentran en la web para compartir vínculos sociales (amistosos, profesionales, comerciales) y tiempo de ocio (conversaciones, juegos, videos, fotos, música) intercambian información sobre lo que pasa con el mundo que les interesa.

Los medios de comunicación han hallado en las redes una forma de interacción importante con sus usuarios, que se hacen "amigos" de un programa de televisión, un periódico, una revista, una emisora radial...

Desde sus páginas en las redes, los medios envían actualizaciones a sus contactos y los invitan a comentar sus contenidos, participar en espacios de opinión con textos que se leen en vivo o pasan por las pantallas, a alimentarse debates políticos, enviar imágenes y videos, elegir la programación, cooperar en campañas a favor de diversas causas, en fin.

Los usuarios de estos medios se vuelven reporteros, fuentes de información de los mismos, que de otra parte estudian sus características, se adaptan a sus contextos y se perfilan ya no como filtros de la información sino como gestores de comunidades, al tornar a su favor una de las principales características de las redes: la inclinación a recomendar y a confiar en lo que hacen los contactos para promocionarse.

Copiar en el perfil de la red social el enlace a una noticia es una invitación a leerla para los demás contactos. Las noticias, los medios y las opiniones viajan así, de voz en voz, de letra en letra.

El siguiente texto aborda esta nueva relación entre redes sociales y usuarios

### Ejemplo

[...] Es evidente que internet ha gestado un cambio en la balanza del poder, le ha dado voz a muchas minorías, y a los ciudadanos comunes que no tienen acceso a los megáfonos de la política y los medios. Gladwell argumentaba que solo el contacto humano podía generar la fuerza de una verdadera revolución, tenía razón a medias, pero subestimaba el poder de las redes para conectar e incidir en el pensamiento de la gente, que en las últimas, es la primera instancia para generar un cambio. Poner un "me gusta" es menos trivial de lo que parece, pues en realidad es una señal de acuerdo que implica una postura política. Es cierto que se necesita mucha más valentía para la confrontación real y mucha inteligencia, estrategia y persistencia para generar un cambio tangible, pero todas estas formas se hacen más efectivas con la fuerza inusitada de la opinión pública internacional. La revolución puede tuitearse, sí, aunque no todo lo que hace bulla en internet resulta en una revolución.

Catalina Ruiz-Navarro. *Activismo pop* (fragmento). [www.elespectador.com](http://www.elespectador.com). 14 de marzo de 2012.