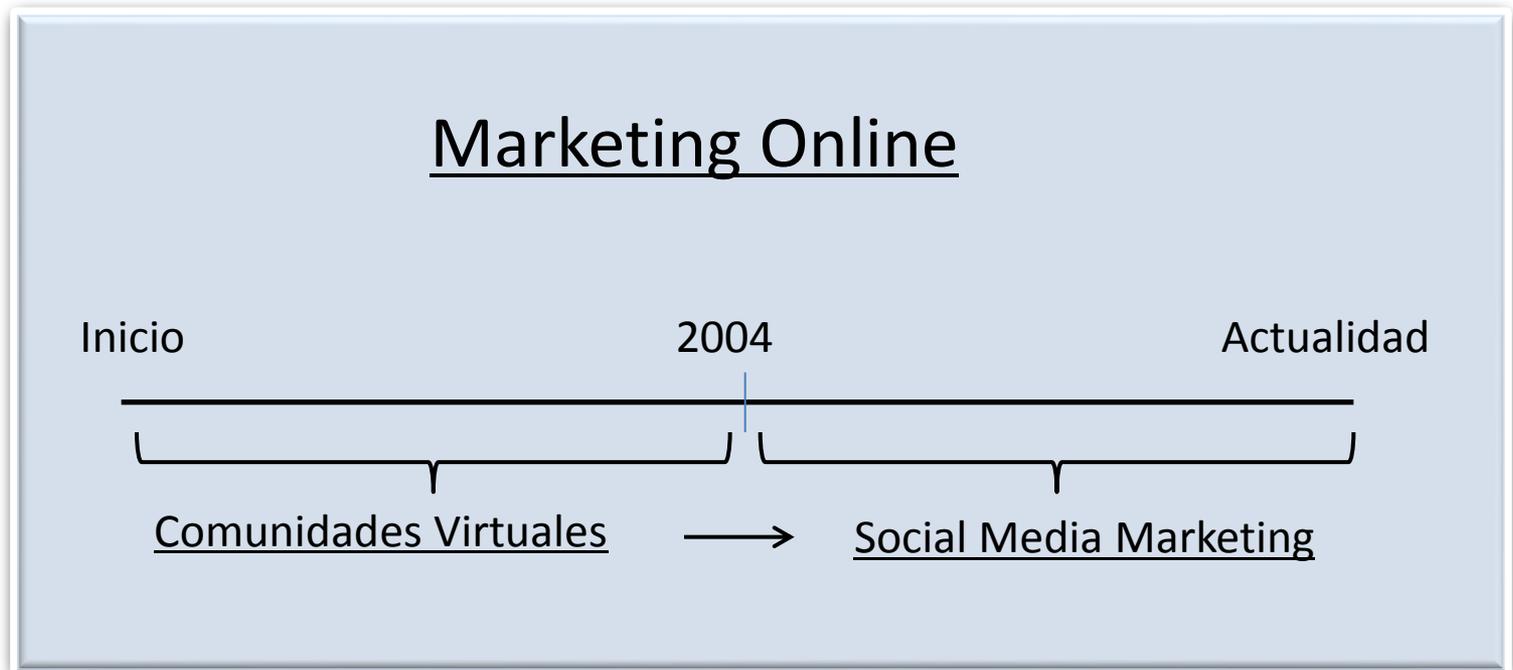


Nuevas tecnologías de la comunicación

TEMA 3: ANTECEDENTES DE LA WEB SOCIAL

Miguel Ángel Sánchez Jiménez
Departamento de Marketing y Comunicación
Universidad de Cádiz

1. ANTECEDENTES DE LA WEB SOCIAL



- Como parte de la evolución del Marketing Online surgen las Comunidades Virtuales
- Estas Comunidades Virtuales se consideran como el origen del Social Media Marketing o Marketing en Medios Sociales
- La aparición de las primeras Comunidades Virtuales se llevaron a cabo cuando Internet empieza a extenderse a nivel global. Estas Comunidades Virtuales se definen sólo como una extensión de las relaciones sociales de las personas a través de Internet.

- Def: “Se considera las Comunidades Virtuales como un conjunto de relaciones sociales que ocurren en Internet cuando se dan discusiones públicas largas, se realizan a través de diversas herramientas, y se da en relación a un asunto determinado.”
- Características principales:
 - Los miembros se sienten parte de una totalidad social amplia, compartiendo objetivos, intereses y necesidades.
 - Existe una red de relaciones entre sus miembros y una participación activa entre ellos.
 - Ocurren intercambios de información y contenidos que añaden valor para sus miembros.
 - Las relaciones de los miembros se mantienen con el tiempo.

- De acuerdo con estos principios las empresas empezaron a utilizar Comunidades Virtuales en su negocio de Marketing Online.
La utilización de estas Comunidades Virtuales proporciona numerosos beneficios a las empresas que las promueven:
 - Potenciar y consolidar la marca de la empresa.
 - Beneficio que obtiene la empresa al mantener una relación más estrecha con el consumidor (marketing relacional).
 - Ahorro en costes.
 - Ayuda a idear nuevas productos o mejorar los ya existentes.
 - Ingresos económicos (cuota por miembro y publicidad).

- Las Comunidades Virtuales no sólo proporcionan beneficios y ventajas para las empresas que las desarrollan, sino también para sus usuarios.

Cuatro finalidades básicas de los usuarios en la comunidad:

- Intercambio de información.
 - Ofrecer apoyo a otros usuarios pertenecientes a la comunidad, expresando empatía.
 - Establecer conversaciones y relaciones sociales de manera informal a través de una comunicación simultánea.
 - La posibilidad de debatir sobre temas en las que los usuarios tengan interés, este debate suele establecerse con la participación de un moderador.
-
- Además el pertenecer a la comunidad implica para el individuo la pertenencia a grupo social que cubre buena parte de sus necesidades emocionales. Es una experiencia que aporta valor a la persona y le supone un compromiso afectivo.

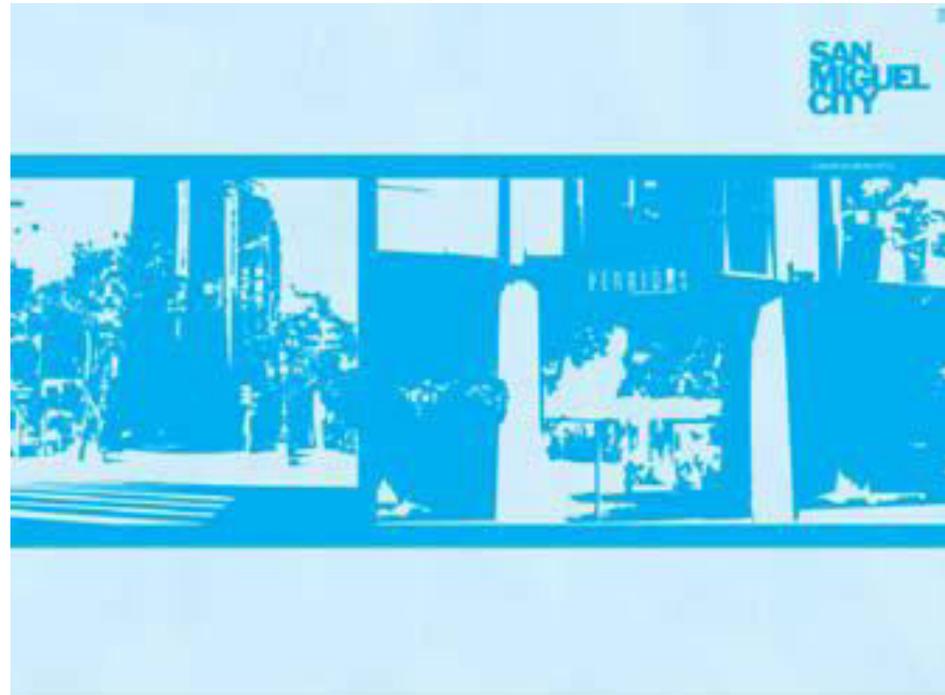
- Las empresas para establecer la comunicación entre los integrantes de la comunidad virtual usa una serie de herramientas:
 - **Foros de discusión:** Los foros de discusión son una herramienta de comunicación que permite a los usuarios que se conectan a la misma a través de navegador, la lectura de mensajes introducidos por el resto de miembros de la comunidad, elegir un tema de interés (de manera que se puedan filtrar los mensajes) e insertar una respuesta a los mensajes visualizados.
 - **Chats:** Es una herramienta que permite la conversación entre individuos mediante mensajes de textos en tiempo real. Nos podemos encontrar chats integrados en una página Web o programas basados en la mensajería instantánea (MSN messenger, Yahoo messenger, etc.). Estos tipos de programas suponen una evolución en los chats y permiten una mayor privacidad en las conversaciones. Incluye videoconferencia o el chat por voz.

- **Email y email groups:** El email es la herramienta de comunicación más antigua y una de las primeras tecnologías de comunicación que se desarrolla en Internet. Algunas Comunidades Virtuales utilizan el email o email groups para la comunicación entre los miembros, esto consiste en el envío de un mensaje por correo electrónico de un miembro de la comunidad al resto de los miembros.
- **MUD (multiple user dialogue):** Es una herramienta que permite a los usuarios la creación de un personaje que deseen y visitar "mundos" imaginarios en los que participan e interactúan con otros usuarios.
- **Sistemas P2P (peer to peer):** Esta herramienta permite a los usuarios compartir archivos de gran tamaño. Estas herramientas suelen tener funciones adicionales cómo chats o enlaces vía Web donde los usuarios pueden compartir recursos.
- **Gestores de contenido:** Es un tipo de herramienta que facilita la gestión y la publicación de contenidos en un sitio Web, haciéndolo más sencillo que si se tuviera que realizar mediante la programación convencional. Tiene otras funcionalidades como la posibilidad de añadir foros de discusión, chats, etc.

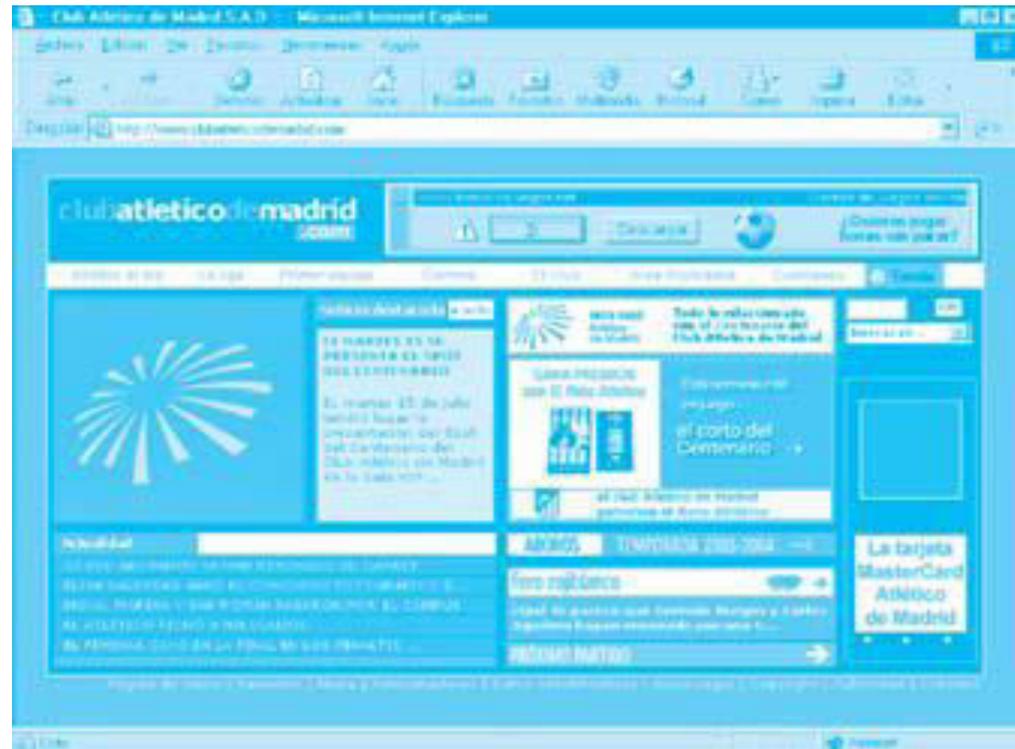
- Ejemplo de Comunidades Virtuales:
 - Coca-Cola. MUD de juego.



- Ejemplo de Comunidades Virtuales:
 - San Miguel. MUD de interacción.



- Ejemplo de Comunidades Virtuales:
 - Atlético de Madrid. Foro, chat, gestores de contenido.



- Las Comunidades Virtuales existentes hasta ese momento cumplían una serie de premisas que son comunes y guardan relación con las que daría posteriormente en los Medios Sociales, como por ejemplo promover una relación estrecha entre los usuario que facilita la estrategia de marketing relacional, facilidad para la conversación y comunicación, intercambios de información, preocupación por el marketing viral (boca-oreja), retroalimentación, etc.
- Problema: Web estática.

Sólo puntualmente en estas Comunidades Virtuales el usuario podía interaccionar e intervenir, pero no aún de forma completa y libre.